

# CULTURA FINANCIERA EN ESPAÑA

Estudio cuantitativo

CONOCIMIENTOS,  
PRÁCTICAS  
Y VALORES  
SOBRE EL  
SISTEMA  
FINANCIERO  
PREDOMINANTES  
ENTRE LA CIUDADANÍA

INSTITUTO  
EQT



UNIVERSIDAD  
DE SALAMANCA

CAMPUS DE EXCELENCIA INTERNACIONAL



Centro de Estudios  
de la Ciencia,  
la Cultura Científica  
y la Innovación



Fundación  
UCEIF

## AUTORES

### COORDINADORES

Santiago M. López

Libia S. Requejo

Ana V. Pérez Rodríguez

Doroteo Martín Jiménez

Ignacio Requejo Puerto

Andrea Pérez Ruíz

Francisco M. Somohano Rodríguez

Cristina González Pedraz

## PROMUEVE

Fundación de la Universidad de Cantabria para el Estudio y  
la Investigación del Sector Financiero

**UCEIF**

Universidad de Cantabria

**UC**

## DESARROLLA

Universidad de Salamanca

**USAL**

Instituto de Estudios de la Ciencia y la Tecnología

**ECYT**

Fundación Centro de Estudios para la Ciencia, la Cultura Científica y la Innovación

**3CIN**

### DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Fundación 3CIN

Centro de Estudios  
de la Ciencia,  
la Cultura Científica  
y la Innovación



# ÍNDICE

## Presentación\_8

## Capítulo I: Introducción\_12

1. Cultura financiera: marco teórico\_13
2. Características técnicas de la encuesta\_18

## Capítulo II: Análisis general\_22

1. Análisis descriptivo general\_23
  - 1.1. Justificación de las variables socioeconómicas no ajustadas a la estructura de la población española\_23
  - 1.2. Interés social por los temas relacionados con la economía y las finanzas\_27
  - 1.3. Percepción social acerca del asesoramiento financiero y el papel de las entidades financieras\_29
  - 1.4. Las prácticas financieras según los perfiles de los usuarios\_33
  - 1.5. Canales informativos y de contratación de los productos\_37
  - 1.6. El uso de las nuevas tecnologías financieras\_40
2. Análisis conjunto de las dimensiones que conforman la cultura financiera: conocimientos, actitudes y prácticas\_45
  - 2.1. La generación de los indicadores de conocimiento, actitud y práctica\_45
  - 2.2. Relaciones entre las distintas dimensiones\_56
3. Análisis particular de cada dimensión que conforma la cultura financiera: conocimiento, actitud y práctica\_58
  - 3.1. El nivel de conocimientos financieros\_58
    - 3.1.1. La confianza de los individuos en sus conocimientos financieros\_67
  - 3.2. Las actitudes frente a las finanzas\_72
  - 3.3. Las prácticas financieras\_77

## Capítulo III: Análisis específicos\_84

1. La importancia de las *fintech* en la cultura financiera\_85
  - 1.1. Introducción\_85
  - 1.2. Uso de Internet y la cultura financiera\_87
  - 1.3. La práctica en las *fintech*\_90
    - 1.3.1. Práctica *fintech* según el canal utilizado\_91
    - 1.3.2. Práctica *fintech* según el medio de pago utilizado\_95
  - 1.4. Percepción sobre los riesgos de seguridad y las ventajas que ofrecen las *fintech*\_97
  
2. Participación ciudadana en el fomento de la cultura financiera: el servicio independiente de asesoramiento financiero\_101

## Conclusiones\_108

## Bibliografía\_114

## Anexos\_122

ANEXO I\_Metodología de Muestreo\_122

ANEXO II\_Cuestionario\_128

ANEXO III\_Criterios y procedimiento para la creación de los indicadores\_144



# PRESENTACIÓN

El presente informe recoge los resultados de la encuesta enmarcada en el proyecto *Cultura Financiera en España: Conocimientos, prácticas y valores sobre el sistema financiero predominantes entre la ciudadanía*, promovido por la Fundación de la Universidad de Cantabria para el Estudio y la Investigación del Sector Financiero (UCEIF) y desarrollado por el Instituto de Estudios de la Ciencia y la Tecnología de la Universidad de Salamanca (IECyT-USAL) y la Fundación Centro de Estudios para la Ciencia, la Cultura Científica y la Innovación (3CIN). Fruto de esta colaboración institucional han sido no solo los resultados del presente trabajo, sino también la constitución de un grupo de expertos en la noción de cultura y los estudios financieros que ha permitido abordar el análisis de la cultura financiera de la población española desde una perspectiva novedosa, adecuada a la complejidad del objeto de estudio.

Los resultados cuantitativos que se presentan a continuación se suman al estudio cualitativo desarrollado previamente (UCEIF, 2017), fundamentado en entrevistas en profundidad a expertos procedentes de todos los ámbitos del sector financiero. Dichas entrevistas, junto a la revisión bibliográfica inicial, han servido como base para el desarrollo del cuestionario que da origen a esta encuesta.

Se ha pretendido con ello superar la perspectiva de aquellas encuestas diseñadas fundamentalmente para caracterizar los conocimientos financieros de la población, el denominado grado de alfabetización financiera. Este tipo de trabajos, procedentes en su mayoría de instituciones como la OCDE, los bancos centrales y las comisiones para la defensa de la competencia, apenas consideran como objeto de estudio la participación cotidiana de los ciudadanos en la actividad financiera (la práctica financiera), y la disposición que adoptan los ciudadanos hacia todo lo que procede del mundo de las finanzas (la actitud financiera). Frente a esta perspectiva, la presente investigación une estos tres ámbitos de la cultura financiera: conocimientos, prácticas y actitudes.

La caracterización de estos tres componentes se ha hecho a partir de los diferentes enfoques teóricos de la literatura económica, así como de los resultados obtenidos en unas pocas encuestas previas, relativamente más avanzadas que aquellas exclusivamente enfocadas hacia la alfabetización financiera, pues introducen algunas preguntas asociadas a prácticas y actitudes. En este sentido, destaca la encuesta que analiza la cultura financiera en Australia (ANZ, 2015). Un documento que, tal y como el lector podrá comprobar, ha sido esencial a la hora de establecer comparaciones con el presente estudio

pues se trata de la experiencia más completa y que más se asemeja a la desarrollada en este trabajo. Evidentemente, la comparación entre unos y otros resultados ha de tener presente que Australia es una economía que duplica en renta *per capita* a España y que, además, ha tenido una exposición a la Gran Recesión muy leve frente a lo sucedido en el caso español. Asimismo, Australia es uno de los países más avanzados en el mundo en materia de difusión de las nuevas tecnologías. Por otro lado, la encuesta realizada por Allianz (2017) para una muestra de ciudadanos de diez países europeos (Alemania, Austria, Bélgica, España, Francia, Holanda, Italia, Portugal, Reino Unido y Suiza) también permite establecer algunas comparaciones. Aunque su diseño se ha centrado esencialmente en el análisis de la educación financiera, ya introduce preguntas sobre aspectos relacionados con la actitud y la práctica financiera, en especial, todo lo relacionado con el concepto de riesgo. En todo momento, desde la delimitación de los objetivos hasta la confección de las preguntas de la encuesta, se han tomado como referentes estos trabajos. Por tanto, se ha dado prioridad a las cuestiones que permiten la comparación con estas investigaciones.

El presente documento consta de tres capítulos. Respecto al capítulo introductorio se expone, en primer lugar, el marco teórico que sustenta este trabajo. Se realiza una revisión bibliográfica que aglutina y sitúa en perspectiva las aportaciones sobre alfabetización financiera, actitudes, prácticas y comportamientos financieros, objetos de estudio afines al concepto de cultura financiera, cuyos enfoques y resultados se toman como base para desarrollar el estudio. También se introducen brevemente aquellos conceptos que conforman la cultura, en general, y que se estiman clave para el estudio de la cultura financiera. Finalmente, se presenta la ficha técnica de la herramienta metodológica aplicada, la encuesta, que puede consultarse íntegramente al final del informe (ANEXO I).

En el segundo capítulo, se presentan los resultados de la encuesta divididos en tres apartados. Cada uno de dichos apartados fueron señalados por los expertos del sector financiero como relevantes durante el estudio cualitativo. En el primero, se describen los resultados generales obtenidos, agrupados a su vez en cinco sub-apartados: interés social en la economía y las finanzas, asesoramiento financiero, prácticas financieras según distintos perfiles, canales informativos y de contratación de productos financieros, y el uso de nuevas tecnologías financieras. En el segundo apartado, se realiza un análisis conjunto de las tres dimensiones contempladas –conocimiento, actitud y práctica- a partir de un indicador general diseñado ‘ad hoc’ por el equipo de investigación para cada una de ellas, que permite crear perfiles poblacionales. Como complemento, se exponen

los resultados de un indicador creado para conocer la brecha existente entre lo que los encuestados creen saber sobre finanzas y lo que realmente saben. En el tercer apartado, se analiza el comportamiento individualizado de cada dimensión en función de las variables sociodemográficas y de los perfiles considerados, con el fin de explorar los elementos que están mediando en cada uno de los casos.

El tercer capítulo se divide en dos partes. En la primera se estudia el papel que están desempeñando las *fintech* en la cultura financiera. Se ha realizado a partir de dos componentes extractados de las respuestas de los individuos. En la segunda parte se exponen los resultados de la valoración que hacen los ciudadanos de su propia participación en el fomento de la cultura financiera. Para finalizar, se presentan las principales conclusiones del estudio y las nuevas vías de investigación que abre.

# CAPÍTULO I

## Introducción

### 1. Cultura financiera: marco teórico

Desde hace casi dos décadas, estimar el nivel de conocimientos y de información económico-financiera con el que cuenta una sociedad ha dejado de ser una inquietud exclusiva de los departamentos de marketing de los grandes bancos y se ha convertido en objeto de análisis para educadores, legisladores, políticos y reguladores.

Autores como Bernheim (1995, 1998) ya apuntaban al nivel de conocimientos financieros de la población como un elemento importante a la hora de explicar determinados comportamientos microeconómicos, mientras que de manera más reciente otros autores (Lusardi y Mitchell, 2007a; Lusardi y Mitchell, 2007b; Lusardi y Mitchell, 2008; Agarwal et al., 2009; Cole y Shastry, 2009; Van Rooij et al., 2011; Gathergood, 2012; Jappelli y Padula, 2013; Lusardi y Tufano, 2015), se han esforzado en cuantificar y caracterizar el nivel de alfabetización financiera según los estratos sociales de la población; o bien atendiendo a las particularidades que presentan determinados segmentos como los jóvenes (Chen y Volpe, 1998; Mandell y Klein, 2007; Johnson y Sherraden, 2007; Lusardi et al., 2010) o los jubilados (Lusardi y Mitchell, 2007a; Lusardi y Mitchell, 2011) o las mujeres (Lusardi y Mitchell, 2008); o bien analizando la relación entre niveles de alfabetización financiera y otros factores sociodemográficos.

En este contexto destaca la profusión de trabajos que conectan bajos niveles de alfabetización financiera con decisiones económico-financieras desacertadas por parte de los ciudadanos, llegando en algunos trabajos, como el de West (2012), a plantear relaciones causales, sin que dichas relaciones hayan podido finalmente contrastarse con datos empíricos (Hastings et al. 2013; Zinman, 2015).

La hipótesis que, de manera más o menos explícita, subyace a todas estas investigaciones, es que el nivel de conocimientos sobre economía y finanzas de los ciudadanos está vinculado a la calidad de sus decisiones y prácticas financieras (De Bassa, 2013; Lusardi & Mitchel, 2014; Ambuehl, et al., 2017). Se entiende, por tanto, que mayores niveles de alfabetización financiera favorecen una gestión económica más acertada, quedando la práctica financiera supeditada a la cantidad y la calidad de conocimientos que posee un individuo sobre estas materias. Siguiendo esta línea de argumentación, mejorar las prácticas financieras de la población pasaría necesariamente por mejorar su educación financiera.

Como consecuencia de esta perspectiva, durante la última década, tanto nacional como internacionalmente, han proliferado las actuaciones educativas enfocadas a la alfabetización en economía y finanzas, entre las que destacan la Estrategia Nacional de Alfabetización Financiera 2014-17 de Australia,<sup>1</sup> la estrategia para la alfabetización financiera del Estado de Vermont, Estados Unidos, (2015),<sup>2</sup> o las iniciativas documentadas por la OECD (2015) y los trabajos para medir su impacto. De manera generalizada, se observa cierta conexión entre las acciones educativas y un incremento en el nivel de conocimientos de los participantes que han tomado parte en las mismas, aunque el efecto sobre la práctica financiera posterior no parece ser ni tan directo ni tan uniforme.

A partir de un meta-análisis de 126 actuaciones de alfabetización, el grupo de Estrategia y Operaciones de la Vicepresidencia de Desarrollo Económico del Banco Mundial (2017) ha concluido, entre otras cuestiones, que la educación financiera resulta menos efectiva entre aquellos grupos sociales con niveles de ingresos medios o bajos, que su impacto disminuye cuando se plantean en un ambiente educativo formal, o que existen conceptos como el 'endeudamiento' sobre los que la formación no parece tener efectos prácticos contrastables.

La falta de evidencias que avalen la conexión directa entre conocimientos y prácticas sugiere la necesidad de considerar nuevas variables. Aquí se enmarcan algunos trabajos que analizan la influencia del entorno cultural sobre las prácticas financieras de los individuos. En esta línea, la comunidad científica ha puesto en evidencia que las diferencias culturales influyen en el comportamiento y en la toma de decisiones tanto personal como institucionalmente (Carr y Tomkins, 1998; Grinblatt y Keloharju, 2001; Statman, 2008; Aggarwal y Goodell, 2014; Karolyi, 2016).

Finalmente, una tercera línea de estudios ha profundizado en las relaciones entre percepciones, actitudes y comportamientos financieros. Alesina y La Ferrara (2002), Glasman y Albarracín (2006) y Knell y Stix (2010) han abordado cuestiones como la confianza en el sistema financiero y las entidades bancarias, los mecanismos que afectan

---

1. Página web de la Estrategia Nacional Alfabetización Financiera de Australia: <http://ow.ly/GR4D30kjtE9> (última consulta 03/06/2018)

2. Más información sobre la estrategia para la alfabetización financiera del Estado de Vermont: <http://ow.ly/iguL30kjty0> (última consulta 03/06/2018)

dicha confianza o las variaciones que experimentan ambos asuntos en tiempos de crisis. Destacan en este sentido los trabajos de Fligstein y Goldstein (2015) y Farrell et al. (2016). El primero caracteriza cómo la actitud hacia las finanzas por parte de diferentes grupos sociales condiciona su gestión. El segundo analiza el papel que desempeña la autoconfianza y la seguridad en las propias capacidades sobre las decisiones financieras que toman los individuos. Estos autores señalan que, entre las clases sociales medias y medias-altas, se ha asentado una gestión financiera activa y una cultura más arriesgada, mientras que entre las clases bajas la gestión financiera se basa en una estrategia defensiva para salir adelante. Por su parte, las clases altas asumen las finanzas como un conjunto de herramienta para preservar y extender su status social y estilo de vida. En una línea de trabajo similar, autores como Rutledge y Deshpande (2015) han estudiado las conductas en las finanzas personales con el objetivo de utilizar indicadores demográficos y del comportamiento para diseñar campañas de marketing segmentadas, con el fin último de promover decisiones financieras responsables.

En todos estos análisis sobre el medio cultural, las características sociodemográficas, las opiniones sobre el sistema financiero y sobre los agentes que operan en él o los valores predominantes se incorporan como nuevos elementos de análisis que contribuyen a comprender y caracterizar las prácticas financieras de los ciudadanos. La diversidad de enfoques presentado sugiere que el sistema financiero es un objeto de estudio complejo que requiere una aproximación interdisciplinar y un contexto interpretativo amplio.

En este sentido, el presente trabajo introduce el concepto de "cultura financiera" como marco conceptual que engloba estas diversas perspectivas. Tomando como base las aportaciones de otros ámbitos de estudio de la cultura, como la antropología, la sociología o la filosofía, se podría definir la cultura financiera como el conjunto de conocimientos, prácticas y valores financieros o sobre el sistema financiero de una sociedad.

La definición propuesta aún en gran medida los sentidos básicos del concepto de "cultura" propuestos por Thompson (1990). El primero, que puede definirse como la *concepción clásica*, hace referencia a la "cultura" como un proceso de desarrollo intelectual o espiritual. Ya en el siglo XIX, con la irrupción de la antropología, la "cultura" empieza a utilizarse como un concepto para establecer jerarquías entre los distintos grupos humanos, distinguiendo entre los que poseen conocimiento y los que no (Grimson, 2008). En este planteamiento, la cultura estaría en manos solo de las élites, es decir, aquellas

capas sociales con acceso a las obras eruditas y vinculadas a la idea de progreso propia de la Ilustración. Esta concepción incide en la relación directa entre cultura y conocimiento, siendo aquellos con mayores conocimientos los más cultos. Esta manera de entender la cultura se mantiene en la actualidad y es la base de los estudios que centran su análisis de la cultura en los niveles de alfabetización correspondiente (musical, técnica, científica, etc.).

Thompson recoge otras aportaciones antropológicas posteriores al término cultura, distinguiendo entre la *concepción descriptiva* y la *concepción simbólica*. Mientras que la primera alude al conjunto de valores, creencias, costumbres y prácticas característico de una sociedad o de un periodo histórico concreto; la segunda considera que los fenómenos culturales son simbólicos, de manera que el estudio de la cultura se centraría en la interpretación de los símbolos y las acciones simbólicas.

Así, las percepciones, valores y creencias constituyen objetos de estudio de interés en la investigación en torno a determinados fenómenos culturales. En 1871, en el artículo 'La ciencia de la cultura', Edward Burnett Tylor habló ya de la cultura como conjunto de "conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad".

Precisamente, desde el ámbito de la sociología se han realizado múltiples aportaciones teóricas en este mismo sentido al concepto de "cultura". Kroeber y Kluckhohn (1952) enfatizaron la noción de cultura, relacionándola con el producto distintivo de los hombres que viven en sociedades y como un conjunto de atributos peculiares, coherentes y continuos de la conducta humana. Sewell (2004) señalaba que el concepto abarca en la actualidad tanto un significado teórico, fundamentado en la experiencia social y sus realidades complejas, como un mundo limitado de creencias y prácticas usualmente empleadas para referirse a una entidad concreta, históricamente específica, más o menos

equivalente a lo que se entiende por sociedad.

El presente trabajo se asienta sobre las bases teóricas de estas aportaciones y sigue el ejemplo de las investigaciones desarrolladas en el ámbito de los estudios sociales de la ciencia y la tecnología, donde la introducción del término "cultura científica" (Quintanilla, 2002), ha permitido profundizar en el análisis y la interpretación de las dinámicas que se establecen entre todos aquellos elementos que, en mayor o menor medida, inciden sobre el interés, las opiniones o el uso de conocimientos científicos por parte de la población.

De este modo, se trasladan las bases teóricas y metodológicas que han guiado la investigación en torno a la "cultura científica" al estudio de la "cultura financiera", considerando la interdisciplinariedad y la colaboración académica como elementos claves ante la necesidad de abordar cuestiones complejas (Sancho et al., 2006).

## 2. Características técnicas de la encuesta

Con el fin de abordar los objetivos referidos en la introducción, se plantea el desarrollo de una encuesta presencial a una muestra inicial de 1.000 individuos cuyas características sociodemográficas sean representativas de la sociedad española en su conjunto. Para ello se seleccionaron inicialmente cuatro Comunidades Autónomas en función de dos factores esenciales en el análisis de la cultura financiera:

- a) El grado de confianza en los bancos (actitudes), recogido en el CIS, número 3145, de 2016.
- b) El nivel de conocimientos en matemáticas (conocimientos) que refleja el informe PISA de 2014.

Atendiendo a estos criterios, se optó por incluir en la muestra una Comunidad Autónoma por cada uno de los cuartiles que resultaban de ambos factores. (Tabla I.1 Anexo I).

Una vez seleccionadas las regiones, se eligieron aleatoriamente las provincias de cada comunidad autónoma en las que se desarrollaría la encuesta. Así, en Castilla y León resultaron elegidas las demarcaciones de Palencia, Salamanca, Valladolid y Zamora, mientras que Castellón y Valencia representaron a la Comunidad Valenciana. En el caso de Cantabria todos los encuestados pertenecían a esta demarcación al tratarse de una región uniprovincial. Finalmente, Huelva, Jaén, Málaga y Sevilla, completaron la representación andaluza.

Conocidas las provincias, y dado que el tamaño muestral fijado de antemano para el desarrollo del estudio en el marco de un año natural fue de 1.000 encuestas, el número de individuos se distribuyó con afijación proporcional al total de la población existente en el conjunto de las provincias seleccionadas para cada Comunidad Autónoma, al número de hombres y mujeres dentro de cada provincia y al número de individuos según su edad y referencia provincial. Para ello se establecieron tres tramos de edad: menores de 35 años, entre 35 y 54 años, y 55 o más años. (Tabla I.2 Anexo I)

Los detalles completos del desarrollo de la encuesta se recogen a continuación en la ficha técnica.

### Ficha técnica de la encuesta

<b>Tipo de análisis</b>	Cuantitativo.
<b>Metodología</b>	Cuestionario estructurado, llevado a cabo mediante entrevista personal.
<b>Universo</b>	Población española de ambos sexos de 18 o más años.
<b>Marco de muestreo efectivo</b>	Población residente en cuatro Comunidades Autónomas: Andalucía, Cantabria, Castilla y León y Comunidad Valenciana.
<b>Procedimiento de muestreo</b>	Polietápico, estratificado con selección de las unidades primarias (provincias), de forma aleatoria y de las unidades (individuos) por rutas aleatorias y cuotas con afijación proporcional al número de habitantes según sexo y edad.
<b>Tamaño de la muestra</b>	1069 (1053 cuestionarios válidos)
<b>Error muestral</b>	3,1% para un nivel de confianza del 95,5% y P=Q
<b>Trabajo de campo</b>	Del 20 de diciembre de 2017 al 28 de febrero de 2018
<b>Realización</b>	Fundación 3CIN

Fuente: elaboración propia

En paralelo a los trabajos de muestreo, se desarrollaron las tareas de diseño del cuestionario (Anexo II). Durante este proceso, además de una exhaustiva revisión de la literatura previa, se tuvieron en cuenta los resultados extractados de los trabajos cualitativos previamente desarrollados por el equipo de investigación (cuyo resumen ejecutivo se presenta en el informe UCEIF, 2017). En concreto, se consideraron aquellos elementos que los agentes del sistema financiero, desde los reguladores, hasta los responsables de la banca pasando por los periodistas especializados, habían destacado como elementos clave para mejorar la interacción con los ciudadanos. Con estos elementos, se diseñaron las preguntas cuyo análisis se desarrolla en los puntos 1.3, 1.4 y 1.5 del presente informe. Entre las cuestiones prioritarias para los expertos, destacan asuntos como la disposición de la población a



tomar parte activa en acciones de formación financiera o el uso de las nuevas tecnologías asociadas al sector financiero [P.12-18; 25-31].<sup>3</sup>

---

3. En adelante se citan las preguntas de la encuesta precedidas de "P." para ilustrar los resultados más representativos se presentan el gráfico y la pregunta completa correspondiente de la encuesta.

# CAPÍTULO II

## Análisis General

### 1. Análisis descriptivo general

Una vez desarrollado el trabajo de campo, Andalucía fue la autonomía con mayor número de encuestados (47,70% del total), seguida de Comunidad Valenciana (31,70%), Castilla y León (14,50%) y Cantabria (6,10%). La distribución por sexo de la muestra se corresponde con un 49,90% de mujeres frente a un 50,10% de hombres. Los parámetros se ajustan a los del conjunto de la población española. Por edades, los menores de 35 años representan el grupo de encuestados más numeroso (35,70% del total). Un 31,50% de los participantes contaba con una edad comprendida entre los 35 y los 54 años, mientras que los mayores de 54 representaron el 32,80%. Tan solo se aparta de la plena correspondencia con la población española el nivel de estudios, ya que en la muestra la proporción de personas con estudios superiores es mayor.

#### 1.1. Justificación de las variables socioeconómicas no ajustadas a la estructura de la población española

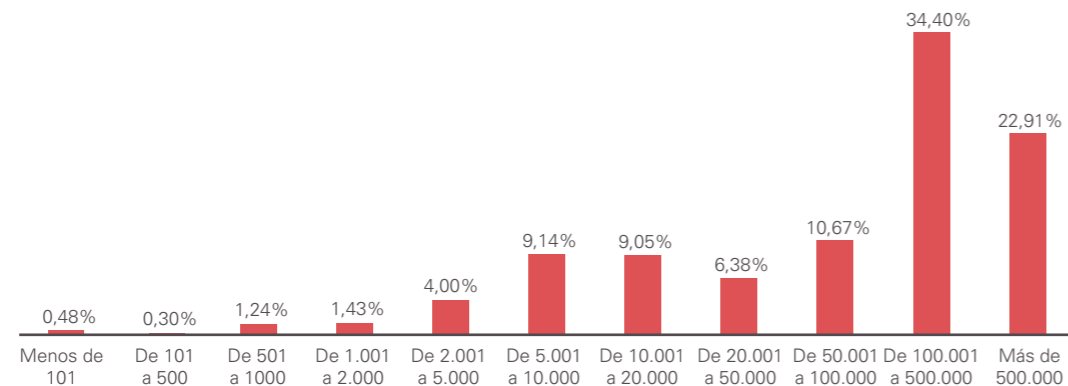
En este primer apartado, se exponen los resultados de tres variables sociodemográficas cuyo peso no se ha ajustado, de manera deliberada, a la estructura de la población española recogida por el INE. Son la tipología de los municipios por su tamaño, el nivel de estudios y la situación laboral. Las variables que sí se han ajustado han sido las de género y edad al haber sido consideradas en la estratificación de la muestra.

En consecuencia, la muestra tiene un sesgo a favor de las poblaciones que viven en urbes por encima de los 100.000 habitantes, con niveles de educación a priori superiores y con una alta tasa de actividad que, además, está inclinada en favor de aquellos que trabajan por cuenta propia o son autónomos. El objetivo ha sido dar al estudio una cierta capacidad predictiva, suponiendo que la estructura de la sociedad española está evolucionando hacia un mayor grado de concentración en urbes, mayor nivel educativo y una estructura laboral favorecedora de la iniciativa personal.

Con relación al tamaño del municipio [gráfico II.1.1.], la mayor parte de los encuestados reside en núcleos urbanos de tamaño medio y grande: el 34,40% en ciudades de entre 100.000 y 500.000 habitantes y el 22,91% en ciudades de más de 500.000 habitantes.

Teniendo en cuenta que el 40% de la población empadronada en España reside en municipios mayores de 100.000 habitantes, la muestra está sesgada hacia las grandes ciudades, tal y como se esperaba.<sup>4</sup>

Gráfico II.1.1. Porcentaje de encuestados por tamaño del municipio de residencia



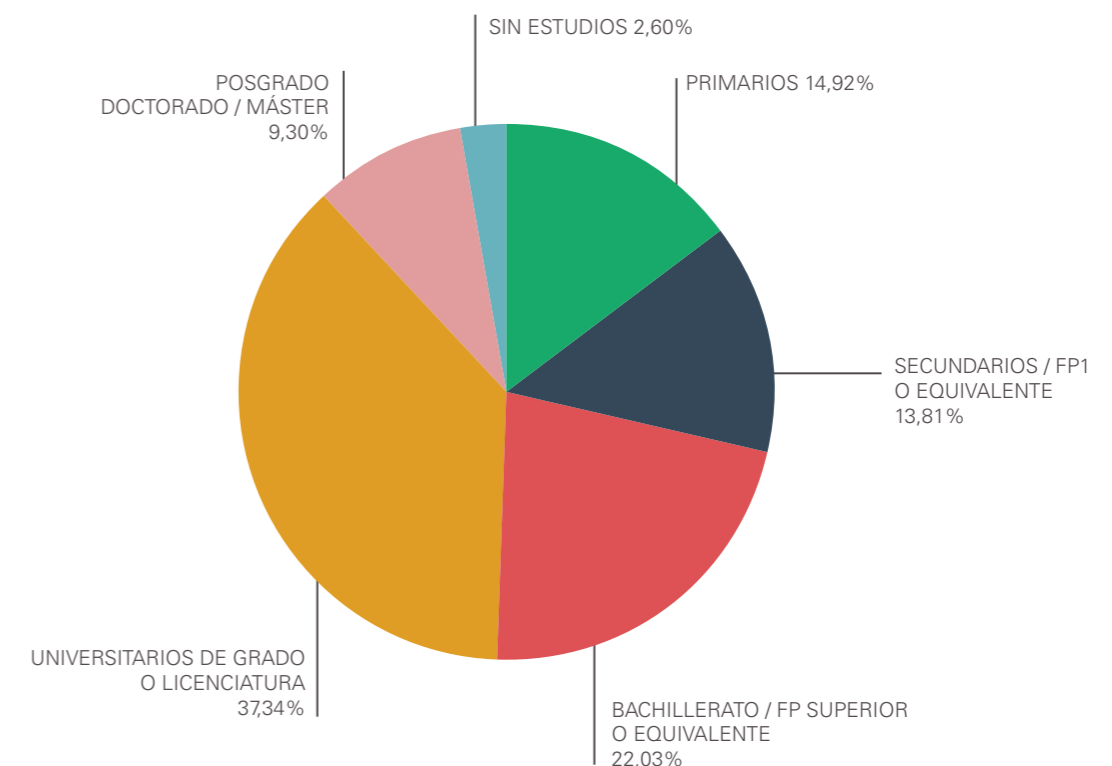
Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Si atendemos a la formación académica, un 37,34% de los encuestados cuenta con estudios universitarios, mientras que el 22,03% ha cursado Bachillerato, FP II o equivalente [gráfico II.1.2]. Asimismo, un 13,81% tiene estudios secundarios, FP I o equivalente, y un 14,92% estudios primarios. En los extremos, se sitúan aquellos que han cursado estudios de posgrado y doctorado (9,30%) y un porcentaje reducido que declara no tener estudios (2,60%). Dado el pequeño tamaño de algunos de los grupos finalmente incluidos en el análisis, se ha decidido agrupar a la población en tres categorías, según los siguientes niveles educativos: educación obligatoria, bachillerato y ciclos formativos superiores, y universitarios y postgrado. Cabe destacar el alto nivel formativo de los individuos de la muestra en su conjunto. Si bien el nivel de estudios terminados de los encuestados puede resultar ligeramente alto con relación a los últimos datos del INE (41% de la población

4. INE (2018): Avance de la Estadística del Padrón Continuo a 1 de enero de 2018. Datos provisionales. Nota de prensa [<https://bit.ly/2xP6aKl>].

española tiene estudios superiores frente al 46,6% de la muestra), resulta consistente con la distribución por tramos de edad de la muestra y es consistente con la estrategia del muestreo favorable a los grupos más dinámicos.<sup>5</sup>

Gráfico II.1.2. Porcentaje de encuestados por nivel de estudios



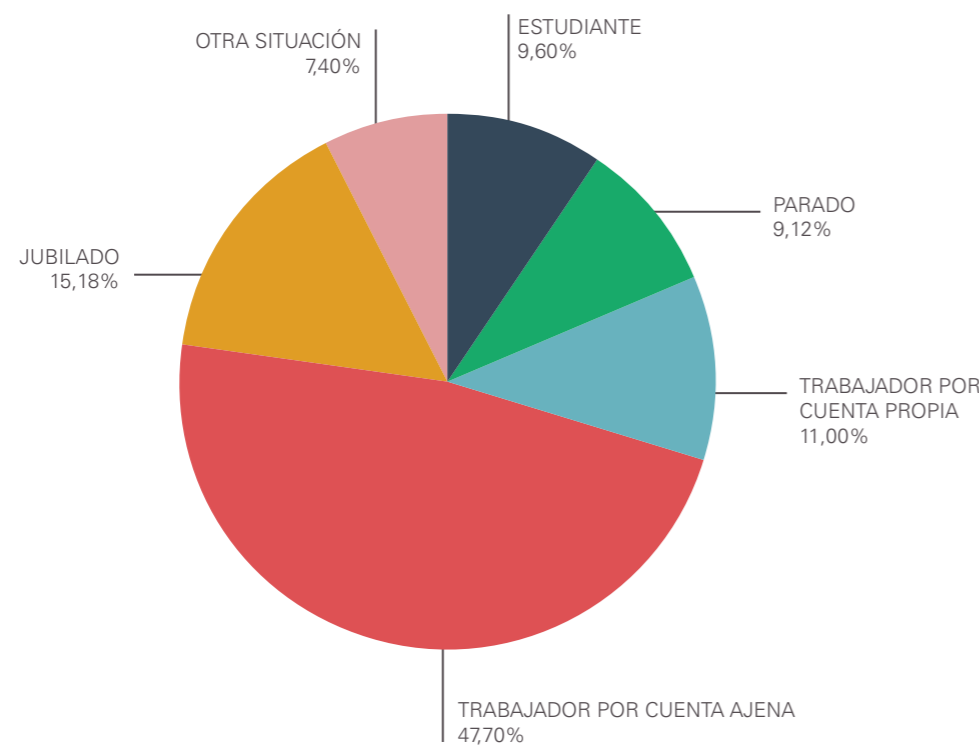
Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

En cuanto a la situación laboral [gráfico II.1.3], la mayor parte de los encuestados trabaja por cuenta ajena (47,70%), seguido de jubilados (15,18%), trabajadores por cuenta propia (11,00%), y un porcentaje similar de estudiantes (9,60%) y parados (9,12%). Por último, un 7,40% se encuentra en otra situación laboral. La muestra para esta variable

5. Últimos datos disponibles en torno al nivel de estudios terminados de la población española, correspondientes a la Encuesta de Población Activa de enero de 2018: <http://ow.ly/XTWW30kk2aM> (última consulta el 03/06/2018).

se aproxima a los datos para la población española en términos generales, sin embargo, ofrece un sesgo de sobrerrepresentación a favor de los trabajadores por cuenta propia cercano a dos puntos.

Gráfico II.1.3. Porcentaje de encuestados por situación laboral



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

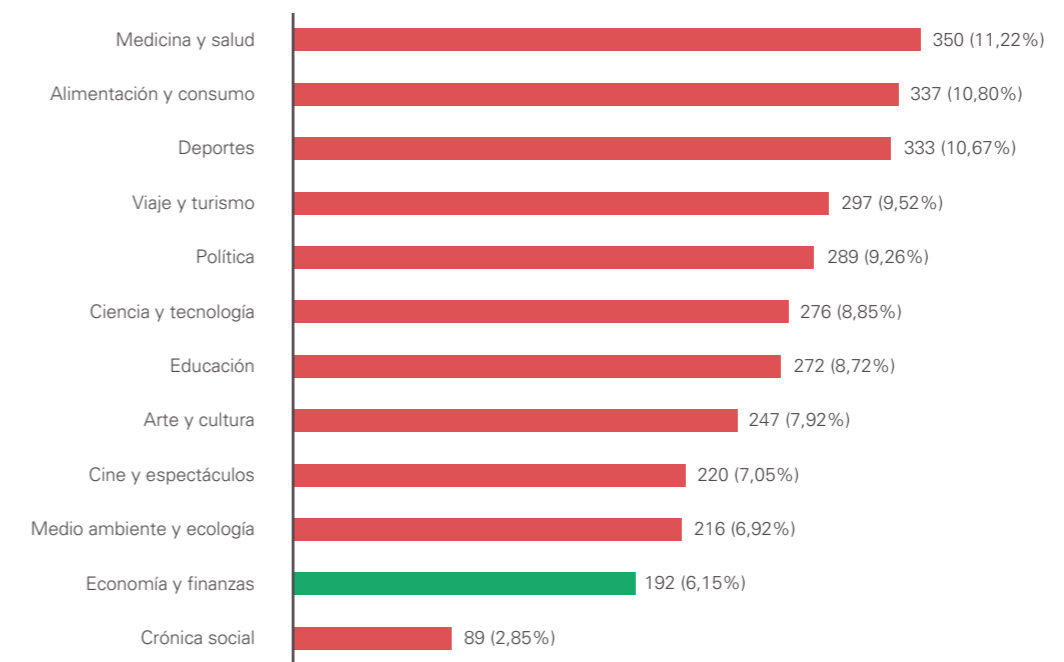
A continuación, se presentan los principales resultados del análisis descriptivo en torno a cinco aspectos de la cultura financiera contemplados en la encuesta: el interés social por la economía y las finanzas; la valoración que se tiene de las entidades financieras y la necesidad de contar con servicios de información independiente; las prácticas de los ciudadanos a la hora de tomar decisiones financieras; el uso de nuevas tecnologías financieras; y los conocimientos financieros de la población. Estos cinco aspectos son los componentes esenciales para entender la noción de cultura financiera. Hay que tener presente que esta selección ha sido realizada en función de los temas que destacaron los

expertos como aspectos relevantes que deberían figurar en la encuesta. Un interés que fue igualmente constatado durante los trabajos de testeo del cuestionario.

## 1.2. Interés social por los temas relacionados con la economía y las finanzas

Los asuntos relacionados con la economía, las finanzas y el mundo de la empresa resultan, en general, muy poco atractivos para el conjunto de entrevistados. En la pregunta de respuesta múltiple en la que se requería indicar los tres temas que suscitaban un mayor interés entre una lista de 12 opciones, la economía y las finanzas quedaron situadas en penúltimo lugar (6,15% de menciones), tan solo por delante de la crónica social (2,85% de menciones). Medicina y salud con un (11,22% de menciones), alimentación y consumo (10,80% de menciones) y deportes (10,67% de menciones) fueron los temas que mayor interés suscitaron [gráfico II.1.4.; P.6].

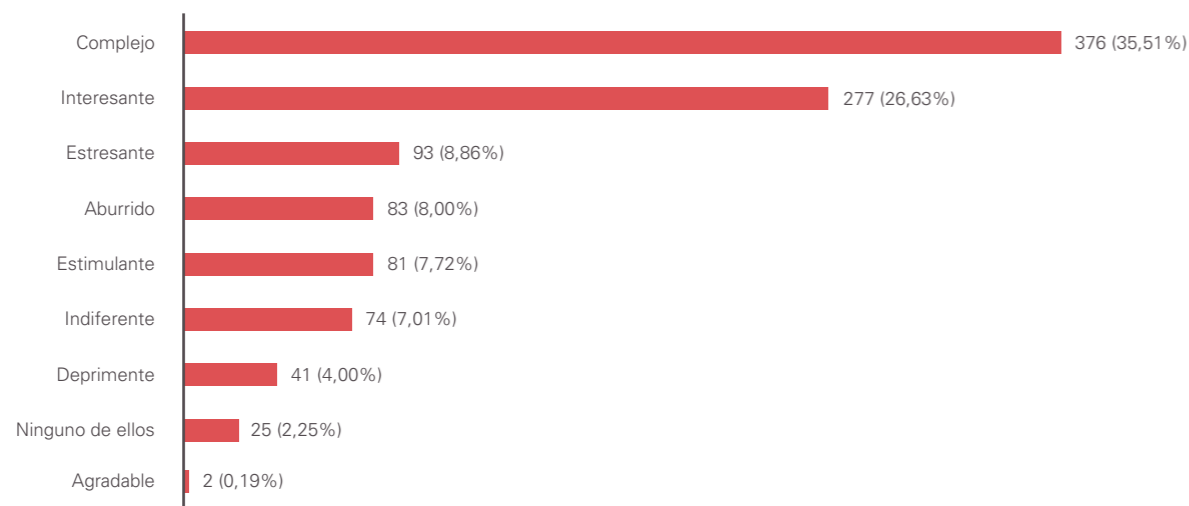
Gráfico II.1.4. Grado de interés espontáneo por temática (total de menciones y porcentajes por total de menciones)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

En la misma línea, los encuestados tienen una percepción negativa de la economía y las finanzas. El 63,37% asocia estos asuntos con términos de carácter negativo como son “complejo”, “estresante”, “aburrido” o “deprimente”; y solo el 34,55% lo relaciona con sensaciones positivas como “interesante”, “estimulante” o “agradable” [gráfico II.1.5; P.9].

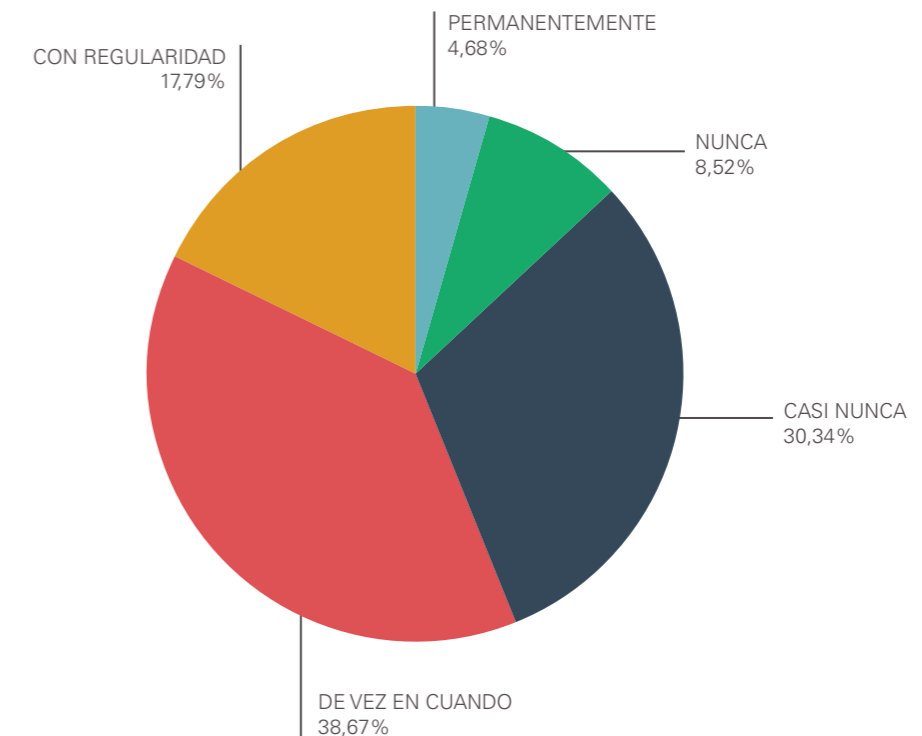
Gráfico II.1.5. Principales términos asociados a economía y finanzas (total de menciones y porcentajes)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

El desinterés por la economía y las finanzas y la percepción negativa de las mismas se ven reflejados en la regularidad con la que los encuestados recaban información sobre estas materias. Solo el 22,47% asegura informarse permanentemente o con regularidad mientras que un 38,86% nunca o casi nunca lo hace [gráfico II.1.6; P.11]. Desde el análisis de la cultura, el hecho de informarse no supone asesorarse, aspecto éste más asociado a la práctica y que se aborda en el siguiente subapartado. La necesidad o gusto por informarse sobre temas económicos es más general y tiene un carácter previo al asesoramiento, pues tiene que ver con el deseo de tener unos conocimientos sobre la materia, sin obviar que esa información puede ser útil en la práctica e influir en la actitud y la percepción en torno al sistema financiero.

Gráfico II.1.6. Regularidad con la que los encuestados se informan sobre economía y finanzas (datos porcentuales)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

### 1.3. Percepción social acerca del asesoramiento financiero y el papel de las entidades financieras

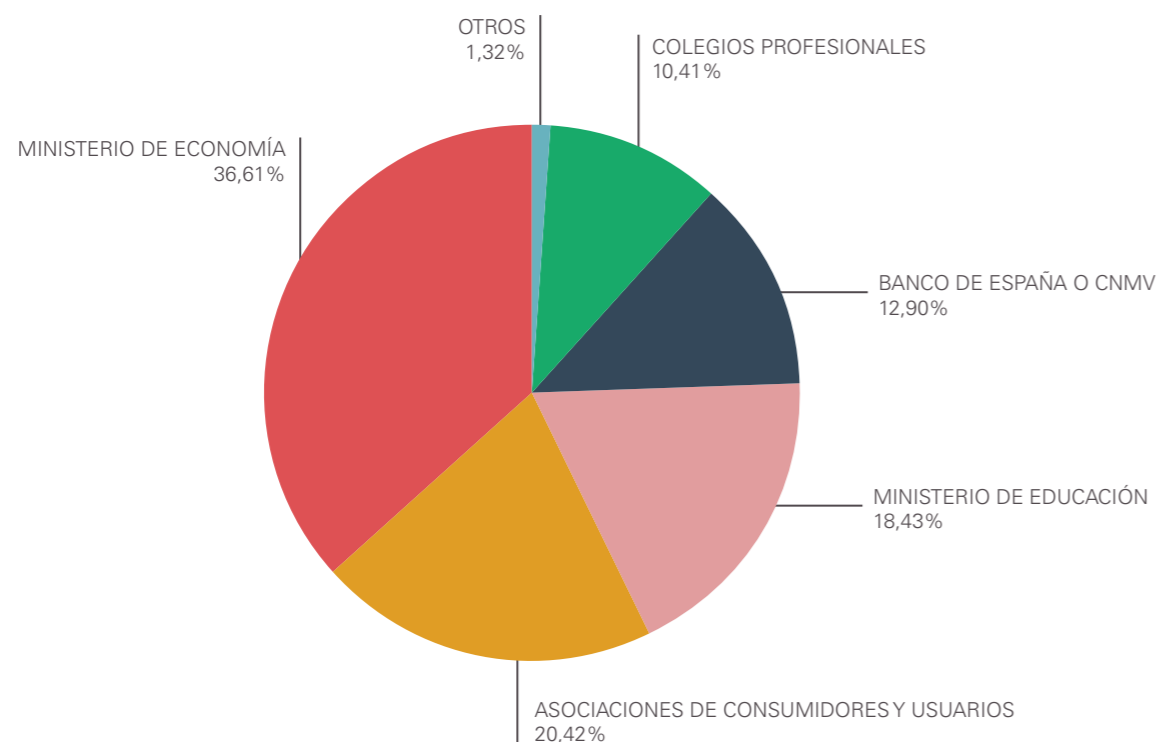
En este apartado, se muestran los resultados de distintas variables que tratan de medir la percepción acerca de la necesidad de contar con servicios de información y asesoramiento financiero independientes, así como sobre la disposición a participar en los mismos. También se muestran los datos obtenidos sobre la confianza que despiertan las entidades financieras.

En general, la encuesta evidencia una desconfianza hacia las entidades financieras como proveedores de información objetiva y útil a la hora de tomar decisiones financieras por parte de los ciudadanos, ya que un 94,20% de los entrevistados considera necesario un servicio de asesoramiento independiente sobre economía y finanzas que además esté

formado por personas sin vinculación a estas entidades [P.12].

De los encuestados que advierten de la necesidad de este servicio independiente, un 36,61% opina que debería depender del Ministerio de Economía, seguido de un 20,42% que considera que las asociaciones de consumidores y usuarios tendrían que asumir esta tarea [gráfico II.1.7; P.13]. En menor medida, un 18,43% cree que debe ser el Ministerio de Educación quien se encargue de la formación y asesoramiento a los ciudadanos, mientras que solo un 12,90% considera a los organismos monetarios o reguladores, como Banco de España o CNMV, agentes adecuados a los que encomendar esta tarea. En último lugar, se sitúan las organizaciones profesionales, mencionadas solo por un 10,41% de los encuestados.

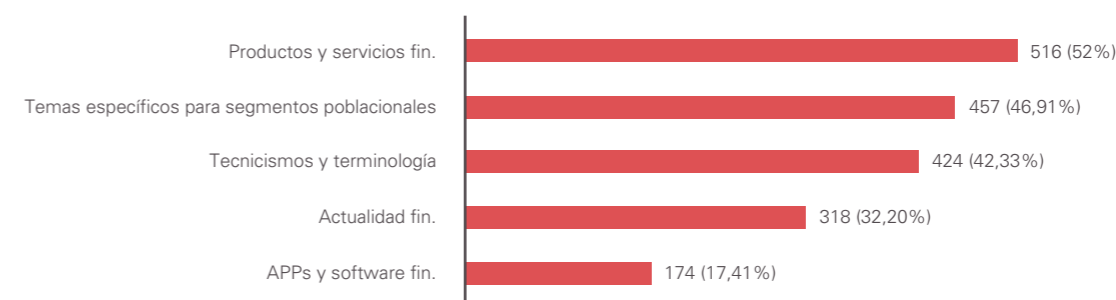
Gráfico II.1.7. Agentes económicos en los que los encuestados confiarían la creación de un servicio de información/educación financiera (datos porcentuales)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

En cuanto a los temas que este servicio debería abordar, se plantearon cinco respuestas y ninguna destaca de forma significativa. El asesoramiento sobre productos y servicios financieros registra el mayor número de menciones, seguido de la información específica para segmentos concretos de la población que pueden quedar excluidos en el campo financiero, como los parados o los pensionistas. También la labor de explicación de tecnicismos y terminología económico-financiera es señalada por los entrevistados en mayor grado. Los temas menos mencionados fueron los relacionados con la actualidad financiera y el uso de nuevas tecnologías financieras [gráfico II.1.8; P.14].

Gráfico II.1.8. Temáticas que debería abordar un servicio de asesoramiento financiero independiente a juicio de los entrevistados (total de menciones)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

En líneas generales, los encuestados muestran interés a la hora de adquirir una mayor y mejor formación en temas económico-financieros; un resultado consistente con otros trabajos desarrollados en este campo (ANZ, 2015; Ambuehl et al., 2017). Esto no invalida el hecho de que, como se puede ver en los gráficos II.1.4 y II.1.5, se opine que son conocimientos difíciles, arduos y a los que se les presta atención de forma esporádica (gráfico II.1.6) Todo ello repercute en la percepción que muestran los entrevistados sobre la necesidad de incrementar las actuaciones formativas destinadas a los ciudadanos y realizadas por un agente independiente.

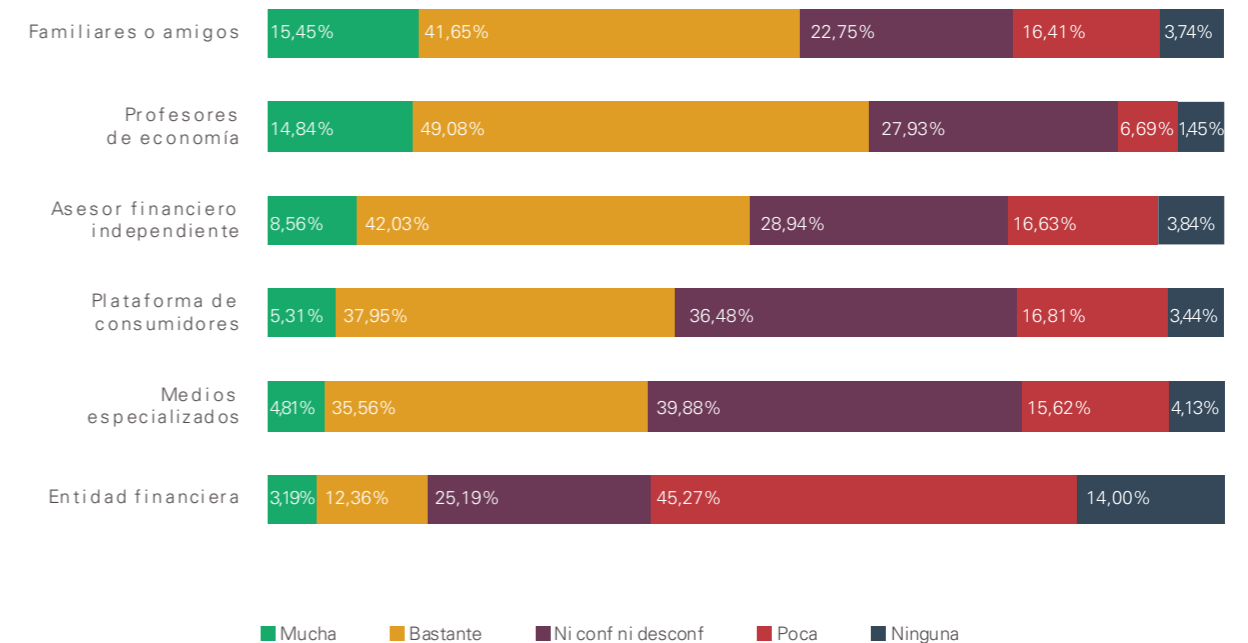


Ahora bien, pese al valor que se le da a la creación de dicho servicio, lo cierto es que apenas algo más de la mitad de los entrevistados (54,10%) estaría dispuesto a participar, a título personal, en la selección de los temas que debería tratar dicho servicio [P.15]. Existe una brecha entre la necesidad percibida con respecto a estos servicios (tan solo 16 encuestados muestran desconfianza ante este tipo de iniciativas) y la disposición de los encuestados a implicarse en los mismos. La carencia de conocimientos financieros es el principal motivo aducido (295 menciones), seguido por la falta de tiempo (156 menciones) y la falta de interés (78 menciones).

Por último, se ha medido el grado de confianza que inspiran a los entrevistados los distintos grupos de personas y agentes del sistema a la hora de tomar decisiones financieras [gráfico II.1.9; P.18]. De manera destacada las entidades financieras son los agentes que menos confianza suscitan entre los ciudadanos. Un 14% indicó que no le inspiraban ninguna confianza. En el resto de respuestas, la opción “ninguna” siempre se marcó por debajo del 5%. Este recelo con respecto a la confianza en las entidades financieras ya lo pusieron de manifiesto los expertos consultados durante las entrevistas en profundidad (ver UCEIF, 2017). Los agentes que generan mayor confianza a los entrevistados cuando tienen que tomar decisiones financieras son, frente a los expertos, las personas que se encuentran en su entorno más cercano, familiares y amigos. Le siguen muy cerca los profesores de economía, a los que, a priori, no pueden acceder para obtener recomendaciones, y después, los asesores financieros independientes.

Estos datos confirman las observaciones realizadas en los estudios Allianz (2017) y ANZ (2015), en los que se destaca que los ciudadanos confían en mayor medida en familiares y amigos a la hora de guiar sus decisiones financieras y en menor medida en expertos y asesores independientes, aunque, como se verá posteriormente, se observan diferencias importantes en función del grado de formación y la edad.

Gráfico II.1.9. Confianza percibida por los encuestados según el tipo de agente del que se recaba la información financiera (datos porcentuales)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

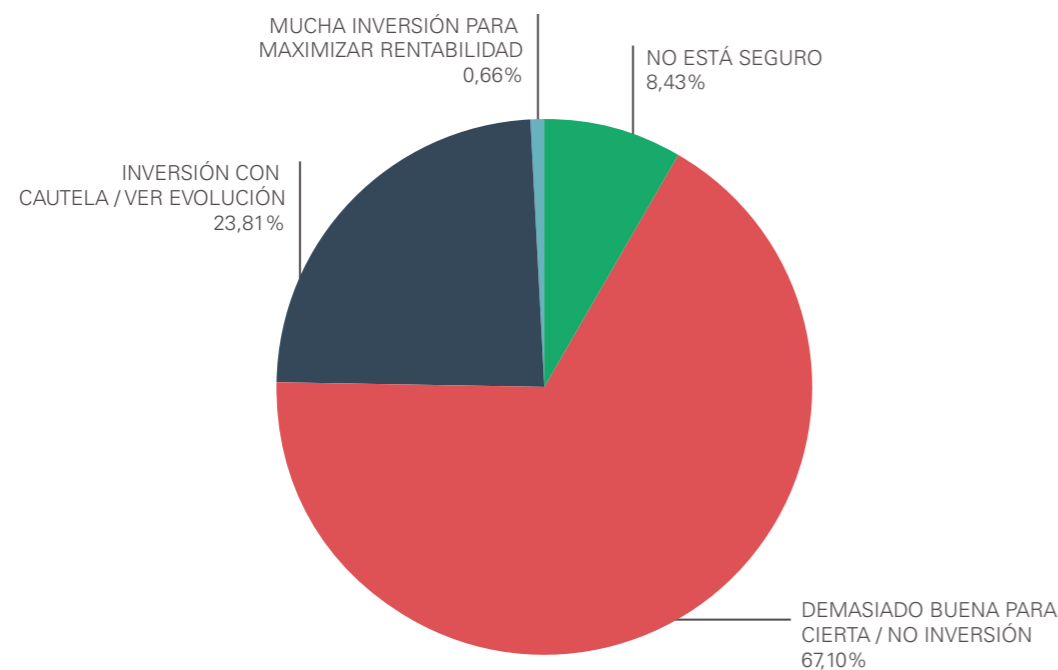
#### 1.4. Las prácticas financieras según los perfiles de los usuarios

Durante el diseño de la encuesta, se incluyeron diversas preguntas destinadas a caracterizar las prácticas financieras de los participantes, así como los valores predominantes en relación con el riesgo y el ahorro.

En cuanto a la percepción del riesgo, cuando los encuestados se encuentran con anuncios publicitarios que prometen inversiones con muy alta rentabilidad y sin riesgo, el 67,10% se muestra desconfiado y lo considera una oferta engañosa. A ello se añade que un 23,81% de los encuestados opina que, de invertir en una oferta como ésta, lo haría con cautela [gráfico II.1.10; P.19] de modo que, si se suman ambos porcentajes la desconfianza supera el 90%. Niveles similares de desconfianza se han registrado en ANZ (2015), donde el 88% de los encuestados asocia altas rentabilidades a altos niveles de riesgo, a la vez

que el porcentaje de encuestados que se consideraba capaz de reconocer si una oferta es engañosa apenas alcanzaba el 50%, reduciéndose aún más esta autoconciencia entre los encuestados menores de 40 años y aquellos con bajos niveles de ingresos.

Gráfico II.1.10. Percepción del riesgo por parte de los encuestados (datos porcentuales)



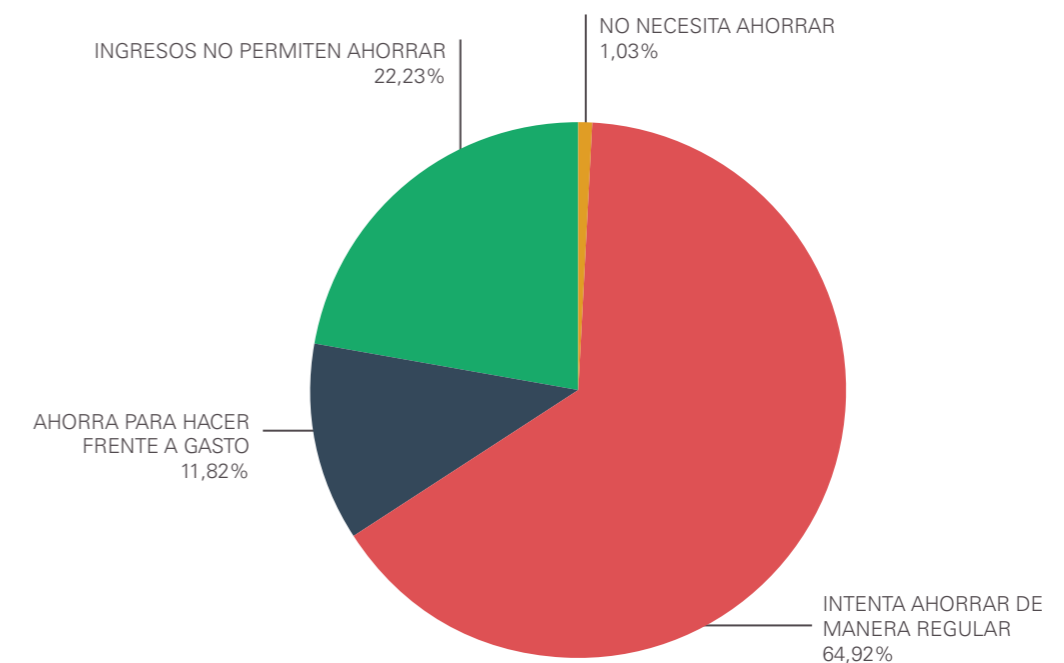
Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

La percepción del riesgo y la aversión al mismo se encuentran casi parejas entre los entrevistados. Para conocer la aversión al riesgo se planteó una pregunta que suponía elegir entre una posible inversión con alta rentabilidad y riesgo y otra posibilidad de baja rentabilidad y riesgo reducido [P.21]. El 87,6% de los participantes eligió la segunda opción, es decir, la gran mayoría opta por productos más conservadores.

En cuanto al ahorro, la mayor parte de los encuestados (un 64,92%) manifiesta intentar ahorrar de forma regular, en contraposición con el 11,82% que declara ahorrar solo para hacer frente a un gasto concreto. Destaca el porcentaje de personas a las que ahorrar les resulta imposible debido a su bajo nivel de ingresos (un 22,23%), así como el minúsculo

porcentaje del 1,03% que afirma no necesitar hacer el esfuerzo de reservar dinero [gráfico II.1.11; P.20]. En este punto, los resultados obtenidos en la población española difieren con los reportados en el estudio de ANZ (2015). Entre los encuestados en Australia el porcentaje que intenta ahorrar se sitúa 10 puntos por encima, en un 75%, aunque los niveles de ahorro bruto (% del PIB) de ambos países, según el Banco Mundial, son similares (22% España y 23% Australia).<sup>6</sup>

Gráfico II.1.11. Perfil de ahorro de los encuestados (datos porcentuales)



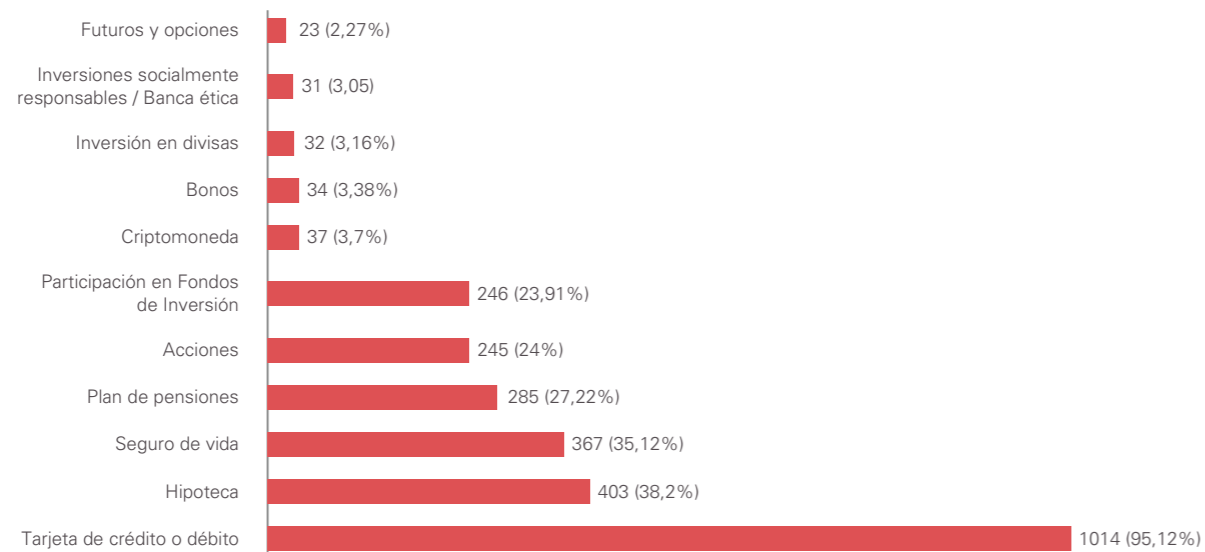
Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Dejando a un lado el ahorro y el riesgo, el siguiente aspecto que se ha querido captar tiene por objeto determinar el perfil financiero de los encuestados con respecto a la complejidad de medios financieros que utilizan. Para ello se solicitó información sobre los productos

6. <https://bit.ly/2w7pfHI> (última consulta 03/06/2018).

financieros que poseían, así como el grado de control que mantenían sobre los mismos, incluyendo desde productos que pueden ser considerados básicos -entre los que se incluyen tarjetas de crédito o débito, hipotecas, planes de pensiones o seguros de vida-, y productos más sofisticados -como futuros y opciones, inversiones en divisas, operaciones y productos con banca socialmente responsable o criptomonedas-. Entre ambos extremos, se incluyeron productos de 'sofisticación media', como fondos de inversión, acciones y bonos [P.22-23].

Gráfico II.1.12. Productos financieros de los que disponen los encuestados (datos porcentuales)

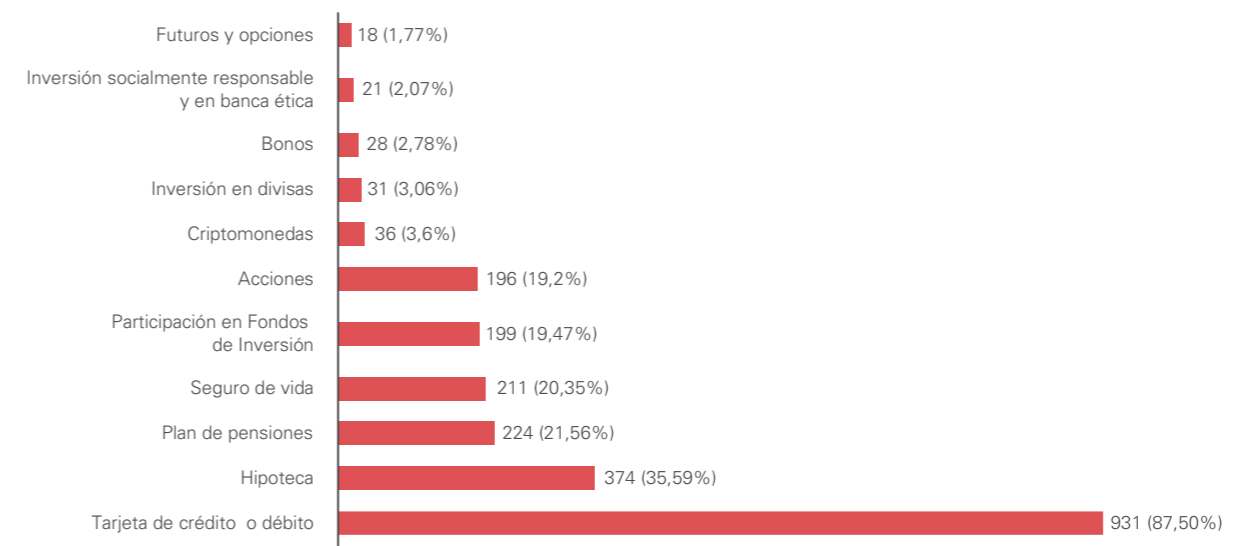


Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

La mayor parte de los encuestados dispone únicamente de productos financieros básicos. Los productos más comunes son, destacadamente, las tarjetas de crédito y débito: el 95,12% de los entrevistados dispone de ellas (gráfico II.1.12). Muy por detrás, se sitúan hipotecas (38,20%), seguros de vida (35,12%) y planes de pensiones (27,22%). Acciones y fondos de inversión fueron mencionados por un 24% en ambos casos. Los productos financieros más sofisticados, como futuros y opciones, criptomonedas o divisas, están en manos de un grupo muy reducido, menor al 4% en todos los casos.

Los entrevistados realizan un control regular de la situación de sus productos financieros, ya que entre el 80-90% de los encuestados presta atención a esta actividad [gráfico II.1.13]. Estos niveles superan ligeramente los observados en el estudio ANZ (2015), donde el control financiero de los productos alcanza el 78%, con ligeras diferencias en función del nivel de ingresos y la tipología de los productos.

Gráfico II.1.13. Control financiero por tipo de producto financiero que poseen los entrevistados (datos porcentuales)



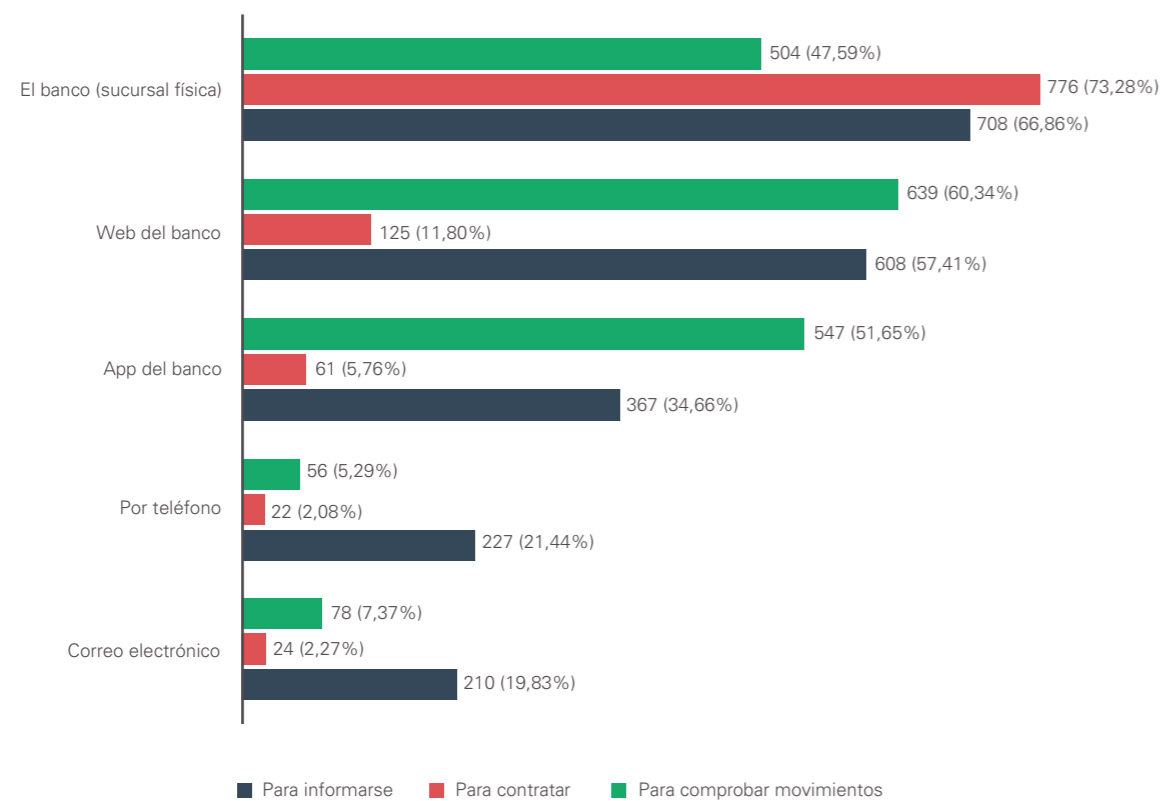
Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

## 1.5. Canales informativos y de contratación de los productos

Sobre los canales utilizados por los encuestados para obtener información, contratar o comprobar los productos financieros que poseen, se han observado importantes diferencias en función de la tarea que se desea realizar [gráfico II.1.14; P.24]. No obstante, en general, parece existir aún un fuerte apego a las oficinas físicas, que obtienen las mejores puntuaciones como canal para informarse y, sobre todo, para contratar productos.

No obstante, si se trata de obtener información sobre productos y servicios financieros y, principalmente, si lo que se pretende es consultar movimientos, se observa un uso mayoritario de las webs de los bancos y de las aplicaciones móviles. Tan solo de manera ocasional se opta por las llamadas telefónicas o el correo electrónico para obtener información sobre productos y servicios financieros.

Gráfico II.1.14. Finalidad con la que se usan los canales de comunicación (total de menciones y % de respuesta)



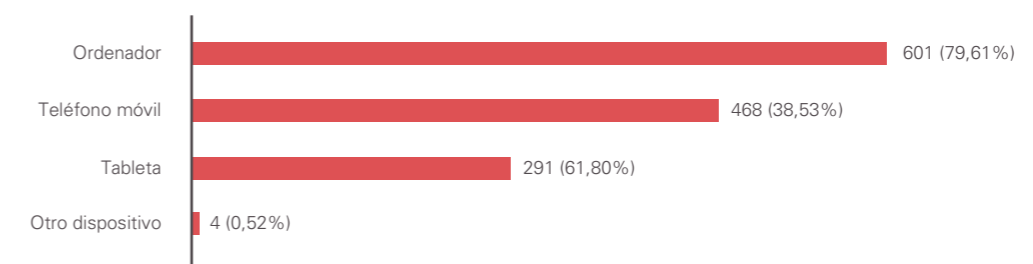
Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Respecto a la contratación de productos, se observa que las webs de los bancos y las aplicaciones móviles están infrutilizadas, lo que manifiesta una cierta desconfianza hacia las nuevas tecnologías y los canales digitales a la hora de realizar las operaciones más importantes, como es la contratación efectiva de productos y servicios. Esto es debido, principalmente, a reticencias relacionadas con la seguridad en el uso de los datos y la fiabilidad en la realización de las transacciones, como se mostrará más adelante.

En la P.25, referida a si se realizan compras por Internet, el 71,7% de los encuestados respondió afirmativamente. Este dato es comparable al que ofrece el CES (2017), al indicar que el 60% de los internautas había utilizado Internet para realizar compras. Como la pregunta de la encuesta no especifica el periodo y es para mayores de 18 años, su comparación con los datos ofrecidos por Eurostat para 2016 deben ponderarse, ya que éstos se refieren a mayores de 16 años y solo si se han hecho compras en el último año. Bajo estos dos condicionantes, solo el 40% de los españoles en 2016 habían realizado compras por Internet (Eurostat, 2018). España acumula un retraso debido a la incidencia de la crisis, de modo que en 2016 se encontraba por debajo de la media de la UE en las compras online (48%) y muy por debajo de países como Reino Unido o Dinamarca, donde este porcentaje alcanzaba el 70%. Ahora bien, el crecimiento en 2017 del mercado online llegó al 23,4% anual en España, siendo de los más altos de Europa.<sup>7</sup>

A la hora de realizar estas operaciones, el ordenador personal es el soporte más mencionado por los encuestados [gráfico II.1.15; P.26], seguido de los teléfonos móviles y las tabletas, que también alcanzan un uso elevado.

Gráfico II.1.15. Soportes y dispositivos utilizados por los entrevistados (total de menciones y porcentaje)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

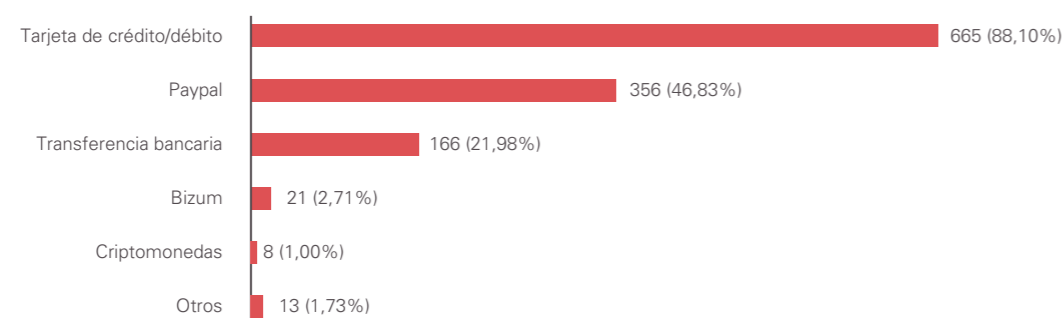
<sup>7</sup> El comercio electrónico supera en España los 7.300 millones de euros en el segundo trimestre de 2017, un 23,4% más que el año anterior. Nota de prensa, Madrid, 5 de enero de 2018, CNMV <https://bit.ly/2CXGG2J> (última consulta 03/06/2018).

Tal y como recoge el estudio ANZ (2015), el tipo de soporte a través del que se opera en Internet es relevante. El incremento en el uso de banca *online* en los últimos años, que llega a alcanzar niveles del 75% en Australia, se debe fundamentalmente al aumento de las operaciones a través de teléfonos móviles -se han multiplicado por cuatro entre 2011 y 2014-. Igualmente, dicho trabajo documenta un crecimiento rápido de los pagos online -sobre todo a través del teléfono móvil- para todas las franjas de edad y niveles de ingresos. Los datos recogidos en la encuesta sugieren, por tanto, que las barreras actuales para el uso de la banca *online* y las nuevas tecnologías financieras no son físicas, sino que estarían relacionadas con la confianza y la destreza en el uso de la tecnología, tal y como sugieren estudios previos (Forsythe y Shi, 2003).

## 1.6. El uso de las nuevas tecnologías financieras

En cuanto al uso de las nuevas tecnologías financieras, cabe destacar que el medio de pago utilizado mayoritariamente en las compras por Internet es la tarjeta de crédito o débito, seguida a distancia por otras posibilidades, como Paypal o las transferencias bancarias. El pago a través de criptomonedas es minoritario entre la población encuestada [gráfico II.1.16; P.27].

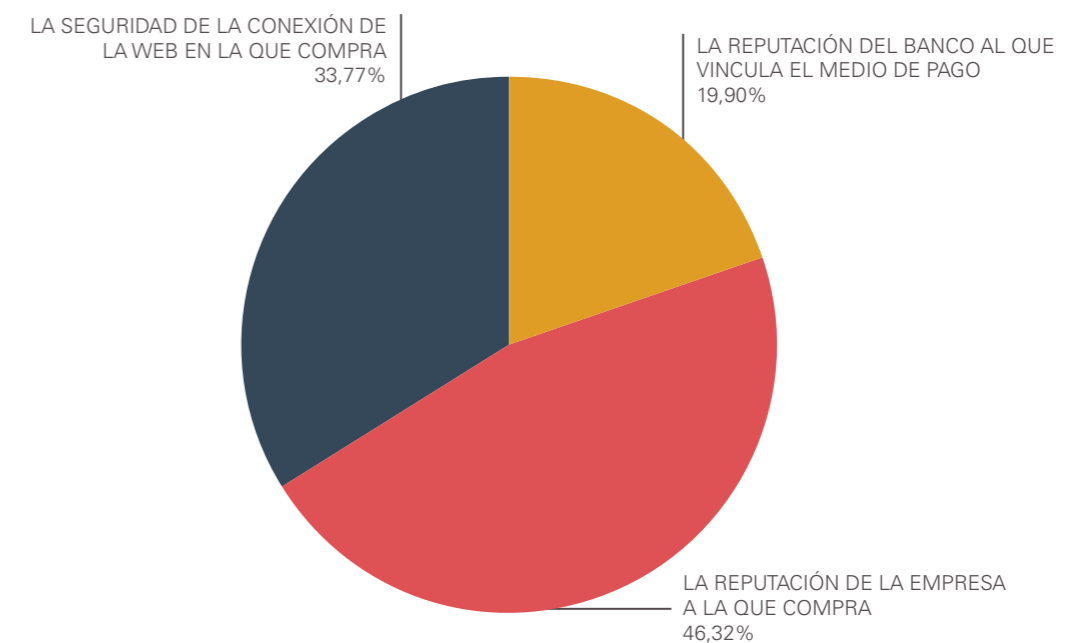
Gráfico II.1.16. Medios de pago utilizados por internet (total de menciones y porcentaje)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

A la hora de realizar pagos a través de Internet, los usuarios se encuentran con una serie de elementos que pueden condicionar su confianza. Para profundizar en este asunto, se introdujo una pregunta sobre la importancia concedida a la conexión utilizada, la reputación de la empresa en la que están comprando y la reputación de la entidad financiera a la que se vincula el medio de pago [P.28]. El 46,32% de los usuarios considera prioritaria la reputación de la empresa que oferta el producto, seguido de un 33,77% que valora más la seguridad de la conexión a Internet [gráfico II.1.17]. Tan solo un 19,90% tiene como consideración principal la reputación de la entidad financiera, algo lógico si se tiene en cuenta que en muchas ocasiones las diferentes plataformas de compra utilizadas tienen incorporadas en la cuenta del usuario los datos de sus medios de pago, no siendo conscientes los compradores de la mediación de un tercero.

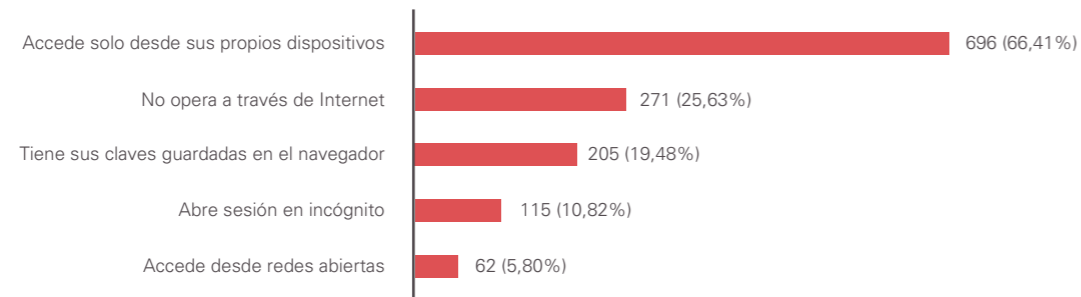
Gráfico II.1.17. Preocupación principal al pagar a través de Internet (datos porcentuales)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Además de la reputación de los agentes implicados en la compra y pago de productos a través de Internet, los usuarios valoran el control que tienen sobre los equipos utilizados en la transacción, ya que la mayoría utiliza, siempre que puede, solo sus propios dispositivos [gráfico II.1.18; P.29]. Sin embargo, se han identificado conductas menos rigurosas con la seguridad, como mantener las claves del medio de pago guardadas en el ordenador o realizar compras a través de redes abiertas.

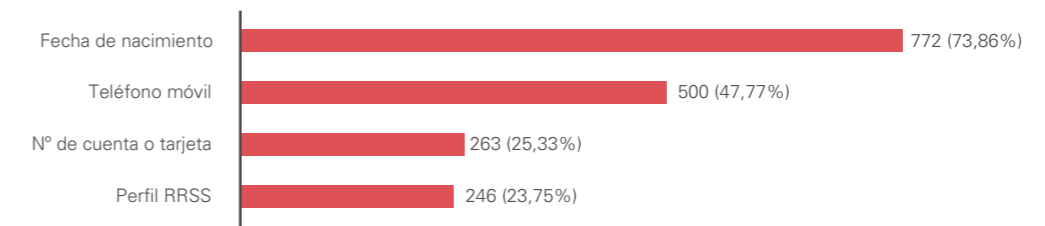
Gráfico II.1.18. Prácticas de los encuestados en las transacciones realizadas a través de internet (total de menciones y porcentaje)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

En los últimos años, están aumentando los casos de uso indebido o comercialización de datos no autorizados a través de Internet. Los expertos del ámbito financiero a los que se entrevistó durante la primera fase del estudio opinaban que no existía conciencia, por parte de los usuarios, de la gran cantidad de información personal que cedían a través de la red, ni del uso que, en este caso, las entidades financieras hacían de dicha información. Por este motivo, se preguntó a los encuestados hasta qué punto estarían dispuestos a facilitar una serie de datos personales a través de Internet [P.30]. La mayoría es reticente a proporcionar su número de cuenta y el acceso a su perfil en redes sociales, mientras que se muestran bastante abiertos a facilitar otro tipo de información personal, como la fecha de nacimiento o el número de móvil [gráfico II.1.19].

Gráfico II.1.19. Datos personales que los encuestados cederían por Internet (total de menciones)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

En una pregunta final (P.31) se ha tratado de averiguar hasta qué punto los entrevistados consideran que las nuevas tecnologías facilitan la actividad financiera y, si a la vez, son conscientes de que esto tiene como contrapartida la cesión de información personal. El gráfico II.1.20 muestra que la población española es consciente de la relación entre ambos factores, aunque también valora las ventajas que suponen las nuevas tecnologías.

Gráfico II.1.20. Valoración sobre diversos aspectos que las nuevas tecnologías aportan al sector financiero



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Nota: se han calculado las medias en una escala de 0 a 10, sin considerar las respuestas "no sabe".



En este primer apartado de resultados, se ha caracterizado la muestra del estudio. Predomina el encuestado que vive en un municipio de más de cien mil habitantes, que trabaja por cuenta ajena y que tiene un alto nivel de formación, interesado en temas de salud, alimentación y deportes. Sin embargo, carece de especial interés por las cuestiones económicas y financieras porque las considera complejas o estresantes. Se informa sobre estos temas de vez en cuando y, si tuviera que buscar información o asesoramiento sobre productos y servicios financieros, le interesaría poder contar con un servicio ligado a la Administración Pública al más alto nivel ministerial. La confianza parece ser el asunto clave para entender algunas de las decisiones económicas que toman los individuos. En este sentido, en general, el encuestado confía principalmente en la opinión de los familiares y académicos (profesores de economía), aunque es consciente de que estos últimos no son accesibles directamente. En buena medida le gusta ahorrar y cuenta con un perfil inversor prudente y en parte desconfiado. Respecto a los productos contratados, prevalece el uso de la tarjeta de crédito o débito, que a su vez es también el medio de pago por Internet preeminente. Es un usuario de las nuevas tecnologías y es consciente de los beneficios que le reportan en la gestión de sus finanzas, pero también de los riesgos de que su información personal sea utilizada, sin que ello le lleve a obsesionarse por proteger su identidad.

## 2. Análisis conjunto de las dimensiones que conforman la cultura financiera: indicadores y relaciones

### 2.1. La generación de los indicadores de conocimiento, actitud y práctica

Con el fin de analizar conjuntamente las tres dimensiones contempladas de la cultura financiera, es decir, el conocimiento, la actitud y la práctica, se han definido tres indicadores, uno para cada una de ellas, elaborados a partir de las preguntas del cuestionario seleccionadas como válidas como reflejo de cada dimensión (ver Anexo IV para observar en detalle la composición de cada índice). Cada indicador toma como referencia una serie de preguntas que, en función de su número e importancia, se ponderan tal y como se explica en las tablas IV.1., IV.2 y IV.3 del Anexo IV.

En lo referente a la dimensión conocimiento, el indicador registra, por un lado, el nivel de conocimiento básico y, por otro, el conocimiento avanzado. Se utilizaron las P32 y P33 para configurar el básico y la P34 para el avanzado. Una vez construido el indicador, se establecieron los comportamientos básico y avanzado en función de las respuestas (Tabla IV.1.; Anexo IV). Se entiende por conocimiento básico el de las personas que entienden correctamente los conceptos de interés e inflación. Por su parte, el conocimiento avanzado incluye las respuestas que demuestran un control de conceptos como deuda pública, bonos y acciones. Los dos conocimientos forman en conjunto lo que se denomina conocimiento total.

En cuanto a la actitud, se ha construido otro indicador a partir de los valores registrados por cada encuestado respecto a su interés en temas de economía y finanzas, las sensaciones que le evoca el término, la mayor o menor frecuencia con la que se informa sobre estos temas, el grado de interés en definir las materias que debería tratar un posible servicio

independiente de formación y asesoramiento financiero para los ciudadanos, el grado de confianza que tiene al tomar decisiones financieras y la seguridad que le ofrece el pago de productos o servicios por Internet. Todas estas cuestiones están contenidas en las preguntas P6, P8, P9, P11, P15, P18 y P28 (Tabla IV.2.; Anexo IV).

En lo relativo a la práctica, el indicador está formado por cuatro componentes. El primero incluye aspectos relacionados con la cantidad de productos financieros de los que dispone el encuestado ponderada por el grado de sofisticación (P22). El segundo recoge la proactividad a la hora de comprobar el estado de cada uno de dichos productos (P23). El tercero contiene el número de canales usados por el individuo para obtener información, contratar o comprobar sus productos financieros, ponderado por el grado de sofisticación de cada canal (P24). Finalmente, se ha incluido un cuarto componente relacionado con la forma de pago en Internet, distinguiendo entre método básico o avanzado (P27) (Tabla IV.3.; Anexo IV).

Como complemento a este índice general de cultura financiera y junto a los indicadores elaborados específicamente para caracterizar cada una de las tres dimensiones que contempla, se ha considerado oportuno conocer el diferencial existente entre lo que los encuestados demuestran saber sobre economía y finanzas (indicador conocimiento) y lo que creen saber. La diferencia entre estos dos elementos permite conocer la confianza del individuo en sí mismo y puede considerarse una variable explicativa de su comportamiento, tal y como analizan estudios previos (Farrell et al., 2016). Para ello, se ha utilizado la parte del cuestionario en la que los encuestados autoevaluaban su grado de conocimiento sobre determinados conceptos económicos.

Con esta información se han elaborado dos indicadores: un cree saber básico y uno avanzado, que se han combinado para lograr un indicador al que se ha denominado “Cree Saber”. Para construir este indicador se han utilizado las respuestas de la P10. Las dos

primeras denotan un “Cree saber básico” y las tres restantes un “Cree saber avanzado” (Tabla IV. 4.; Anexo IV)

El criterio general que se ha seguido en el proceso de elaboración ha sido ajustar los valores de forma que alcancen el mismo mínimo y máximo posibles, de cero a diez respectivamente. Se pretende con ello que los análisis que se realicen y los resultados que se obtengan tengan una interpretación sencilla.

Tabla II.2.1. Descriptivos básicos de las dimensiones de la cultura financiera

	Mínimo	Máximo	Media	Desviación. típica
<b>CONOCIMIENTO TOTAL</b>	0,0	10,0	5,5	3,2
<b>Conocimiento básico</b>	0,0	10,0	6,4	4,0
<b>Conocimiento avanzado</b>	0,0	10,0	4,6	3,6
<b>ACTITUD</b>	0,3	10,0	4,6	1,9
<b>PRÁCTICA</b>	0,0	5,8	1,8	1,0
<b>CREE SABER</b>	0,0	10,0	4,5	2,3
<b>Cree saber básico</b>	0,0	10,0	5,4	2,4
<b>Cree saber avanzado</b>	0,0	10,0	3,7	2,5

Fuente: elaboración a partir de los resultados de la encuesta realizada

En la tabla II.2.1. se recogen los descriptivos básicos señalados. Destaca el hecho de que el indicador de la dimensión actitud toma un valor mínimo nunca inferior a 0,3, pero más llamativo es el valor máximo que alcanza la dimensión de la práctica (5,8), muy alejado del valor máximo posible que es 10.

Respecto a los indicadores utilizados para medir las tres dimensiones de la cultura financiera, su comportamiento es el siguiente. El índice de conocimiento de los individuos encuestados (1.053 en total) presenta una media de 5,5 puntos con una desviación estándar de 3,2. En general, los estudios que analizan los niveles de alfabetización financiera de la población suelen mostrar niveles medios o medio-bajos tanto para el caso de Australia (ANZ, 2015), como para los estudios que analizan datos referidos a países europeos, incluida España (Allianz, 2017 y PIAAC, 2018). En estos últimos estudios, España se sitúa por debajo de la media, siendo ésta ya de por sí baja también.

Si descomponemos el índice de conocimiento (total) en básico y avanzado (tal y como se expone en la tabla IV.1 del Anexo IV), los datos muestran un mayor nivel de conocimientos en temas financieros básicos, sin que el indicador de conocimientos avanzados llegue a superar la media de 5 puntos. Sin embargo, si cruzamos el indicador de conocimiento con el indicador “Cree Saber”, podemos comprobar que, en general, los encuestados creen saber menos de lo que en realidad demuestran saber, tanto en cuestiones de finanzas básicas como avanzadas.

Los niveles del indicador actitud presentan una media de 4,6 puntos con una desviación de 1,9. Por su parte, los niveles del indicador práctica son de 1,8 de media con una desviación de 1.

Aunque en los siguientes epígrafes se profundizará individualmente en cada una de las dimensiones de la cultura financiera, es preciso destacar que el nivel de conocimientos sobre finanzas, la actitud de los individuos y sus prácticas financieras están positivamente relacionados, aunque su grado de correlación, como se refleja en la tabla II.2.2., no es muy alto. Esto implica que niveles altos en una dimensión parecen ir acompañados de niveles relativamente altos en las otras, pero a la vez pone de manifiesto que los indicadores elaborados miden conceptos diferentes, puesto que en ningún caso la correlación alcanza un valor de 0,5.

Tabla II.2.2. Relación entre las dimensiones de cultura financiera

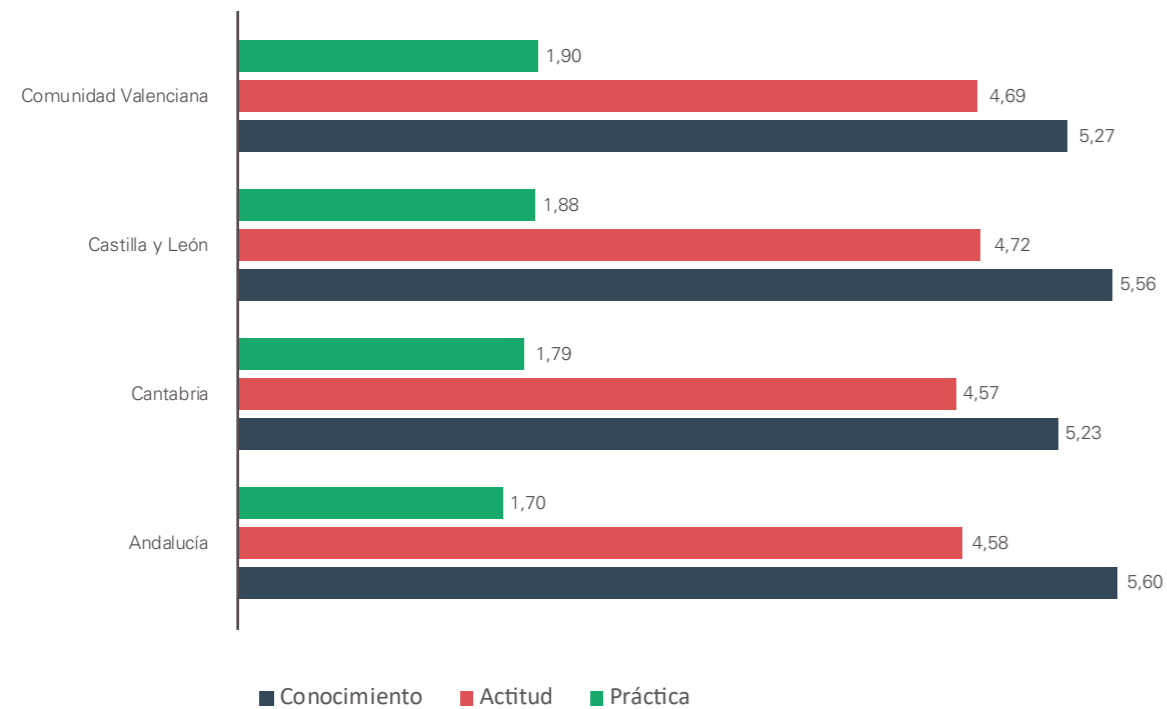
	CONOCIMIENTO	ACTITUD	PRÁCTICA
CONOCIMIENTO	1		
ACTITUD	,398**	1	
PRÁCTICA	,406**	,318**	1

Fuente: elaboración a partir de los resultados de la encuesta realizada

Aunque podría pensarse en un problema de redundancia informativa a la hora de detallar los indicadores para cada una de las dimensiones, el análisis estadístico de los mismos refleja que el nivel de correlación entre ellas es bajo, de modo que cada uno de los indicadores propuestos mide aspectos diferentes de la cultura financiera y es relevante en sí mismo.

Aunque la representatividad de la muestra para cada Comunidad Autónoma de forma individual no está garantizada, todo parece indicar que no existen diferencias en ninguno de los tres indicadores en función de la procedencia de los encuestados, lo que se observa claramente en la escasa dispersión de los valores registrados por cada Comunidad Autónoma y dimensión [gráfico II.2.1].

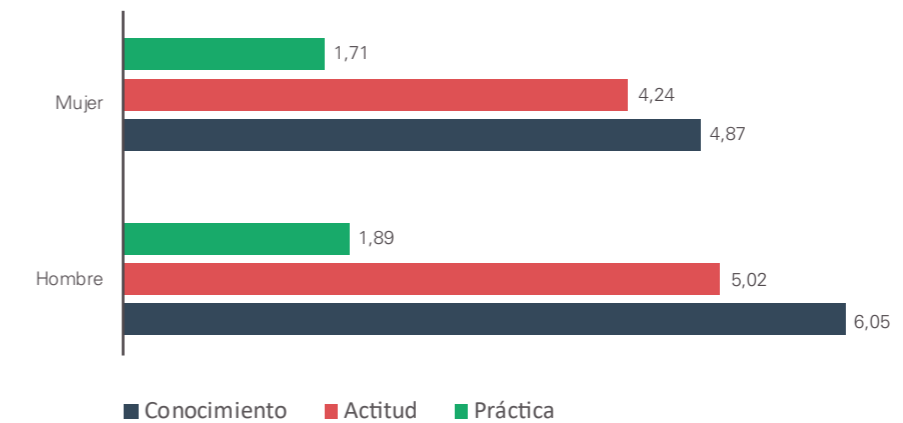
Gráfico II.2.1. Conocimientos, actitudes y prácticas por Comunidad Autónoma (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Numerosos estudios previos (Migheli y Coda, 2017; Anokye et al., 2018) han documentado diferencias significativas en los niveles de alfabetización financiera entre hombres y mujeres. De manera generalizada, los resultados de dichos estudios muestran niveles de conocimiento más bajos en el caso de las mujeres. El análisis de las tres dimensiones de la cultura financiera realizado coincide con dichos hallazgos. Las mujeres no solo puntúan más bajo que los hombres en cuanto a su nivel de conocimientos financieros, sino que también registran valores inferiores en los indicadores de actitud y, en menor medida, en el de práctica [gráfico II.2.2].

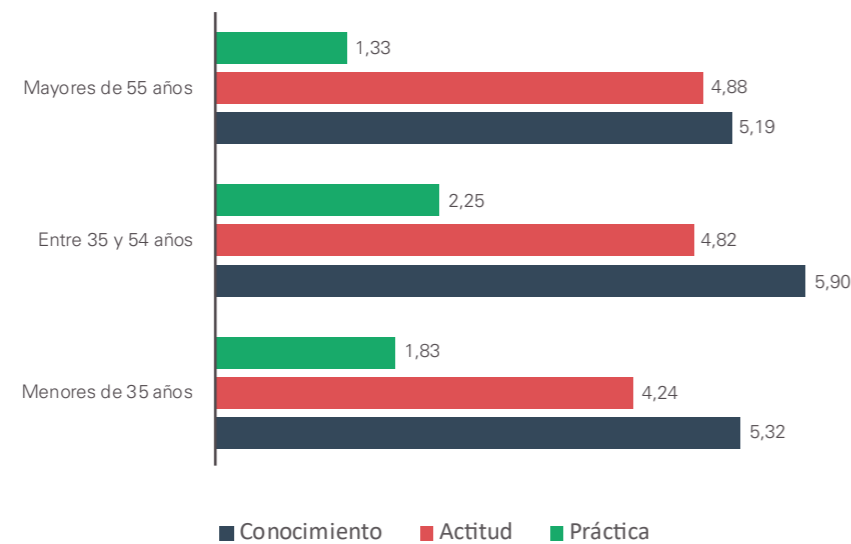
Gráfico II.2.2. Conocimientos, actitudes y prácticas por género (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

En el gráfico II.2.3 se puede observar cómo los adultos de mediana edad, con edades comprendidas entre los 35 y los 54 años, demuestran mayores niveles de conocimientos, y prácticas más avanzadas, así como una buena actitud. Por el contrario, los menores de 35 años y los mayores de 55, ambos tramos de edad que se corresponden con personas que, o bien se encuentran al inicio de su vida laboral, o bien al final de la misma, presentan niveles de conocimientos más bajos y prácticas menos sofisticadas. Cabe destacar sin embargo, el hecho de que los mayores de 55 años son el grupo poblacional con mejor actitud hacia las finanzas, superior incluso a los valores de actitud presentes entre la población de 35 a 54 años. Podría argumentarse que tanto los mayores de 55, como los menores de 35, son individuos con menores niveles de ingresos, lo que necesariamente simplifica la gestión de sus finanzas y, en consecuencia, tienen un menor contacto con este ámbito. Resulta coherente pensar que ello afecta negativamente al nivel de conocimientos de dichos individuos, aunque no parece tener relación directa con su actitud hacia los agentes del sistema financiero.

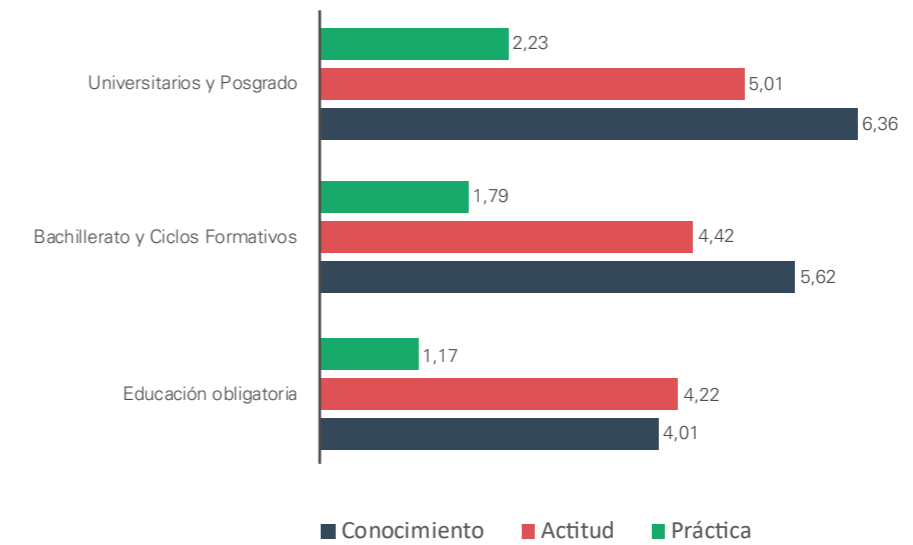
Gráfico II.2.3. Conocimientos, actitudes y prácticas por tramo de edad (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Cuando se analiza el comportamiento de los tres indicadores en función del nivel educativo de los individuos, se observa cómo existe una diferencia muy significativa en el nivel de alfabetización financiera de quienes cuentan con estudios medios y superiores y quienes únicamente poseen formación básica [gráfico II.2.4]. Este último colectivo muestra también actitudes menos favorables y prácticas menos sofisticadas. Llama la atención, sin embargo, que las diferencias en cuanto al nivel de conocimientos, actitudes y prácticas entre aquellos que cuentan con estudios superiores y quienes únicamente tienen un grado formativo medio no varía de manera sustancial, lo que sugiere que el conocimiento financiero de los encuestados se asienta fundamentalmente durante los ciclos intermedios de su etapa formativa.

Gráfico II.2.4. Conocimientos, actitudes y prácticas por nivel educativo (valores medios)



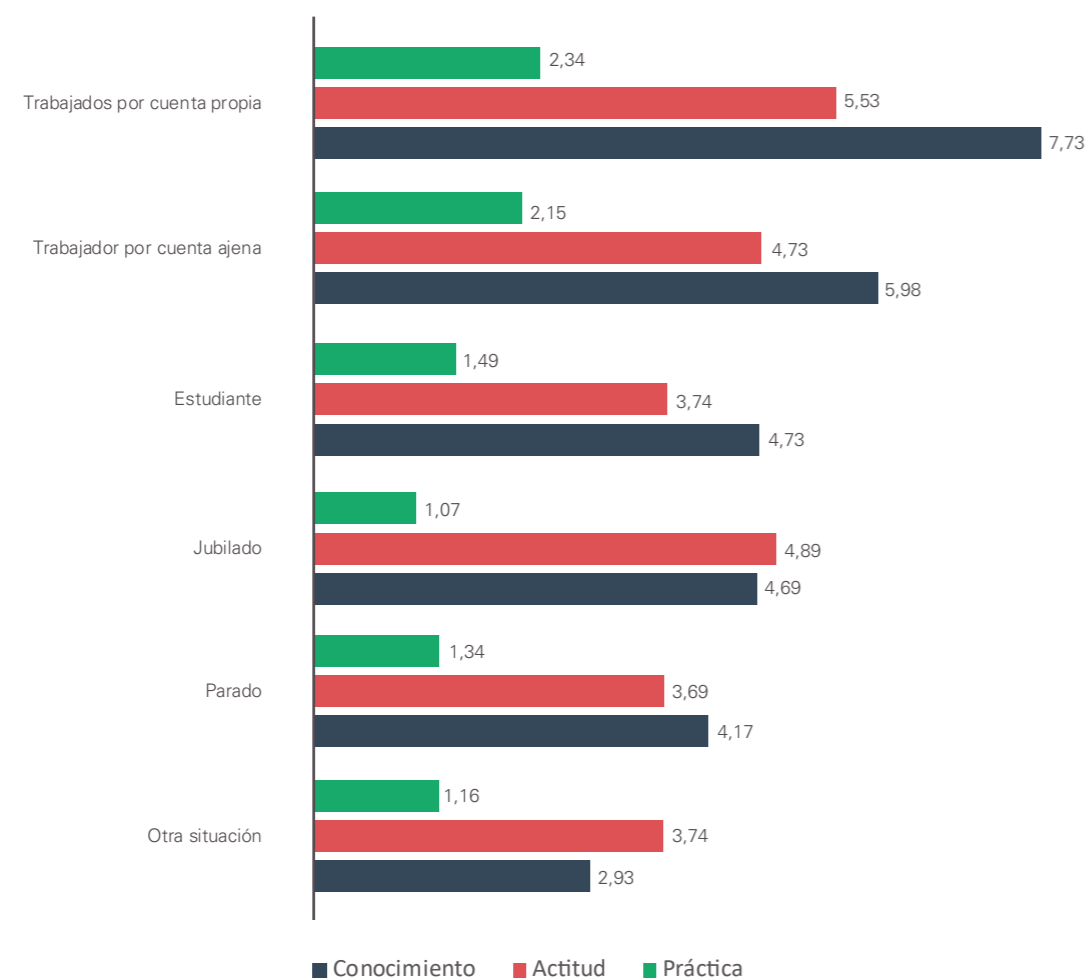
Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

El análisis de las distintas dimensiones de la cultura financiera en función de la situación laboral de los encuestados arroja resultados interesantes [gráfico II.2.5]. Los trabajadores por cuenta propia presentan los mejores niveles de conocimientos, actitudes y prácticas, seguidos de los trabajadores por cuenta ajena. Muy por debajo de estos dos grupos se sitúan estudiantes y jubilados, a quienes siguen de cerca el grupo de personas que se encuentra en situación de desempleo. En último lugar, se ubica el grupo 'otra situación' que, al analizarse de manera pormenorizada los datos de la encuesta, estaría integrado mayoritariamente por personas dedicadas a las tareas del hogar sin remuneración.

De este cruce de variables se pueden extraer dos conclusiones. La primera, que disponer de recursos y, por tanto, poder actuar como agente activo en el sistema financiero, incide positivamente en el nivel de conocimientos. De ahí que los sectores activos laboralmente -trabajadores por cuenta ajena y trabajadores por cuenta propia- sean quienes obtienen mejores valores en los indicadores de conocimiento.

La segunda viene dada por las diferencias que se observan entre los trabajadores por cuenta propia y los trabajadores por cuenta ajena. El hecho de que los primeros asuman, en muchas ocasiones, la gestión no solo de sus finanzas personales sino también de su negocio, hace que tengan conocimientos significativamente mayores al resto de colectivos. Se podría concluir, entonces, que aquellos que tienen una mayor capacidad para interactuar con el sistema financiero, mayor disponibilidad de recursos y mayor número de interacciones, tienen también valores superiores en las tres dimensiones que forman la cultura financiera.

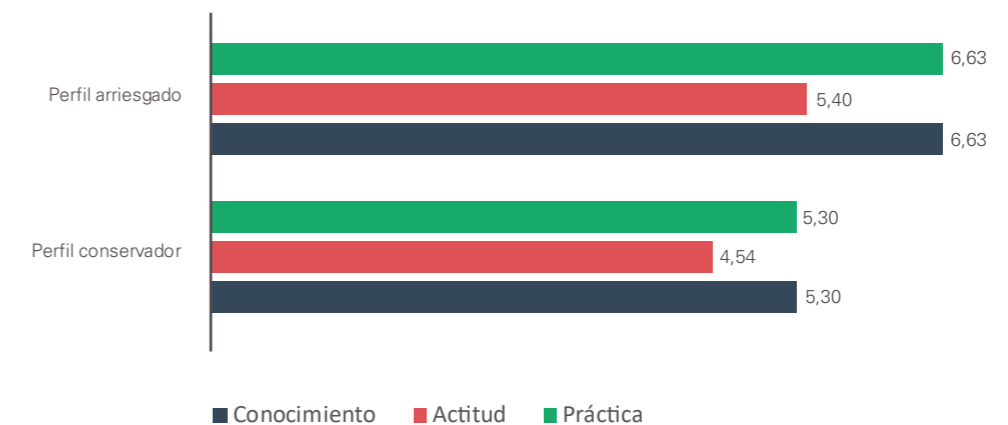
Gráfico II.2.5. Conocimientos, actitudes y prácticas por situación laboral (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Finalmente, se ha analizado el comportamiento de los tres indicadores en función del perfil de riesgo de los encuestados [gráfico II.2.6], según lo recogido en la pregunta P.21, que al ser dicotómica permite distinguir entre conservador y arriesgado. Los individuos con menor aversión al riesgo presentan niveles de conocimientos más altos y prácticas más sofisticadas. Aunque su actitud en líneas generales es más baja que sus conocimientos y sus prácticas, está por encima del nivel de actitud registrado para aquellos con un perfil más conservador.

Gráfico II.2.6. Conocimientos, actitudes y prácticas por perfil de riesgo (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Una vez perfiladas las tres dimensiones que conforman la cultura financiera mediante el correspondiente indicador, se ha podido hacer un análisis de la relación existente entre ellas. En general, se observa que las personas encuestadas presentan mayor nivel de conocimientos en temas financieros básicos y creen saber menos de lo que en realidad saben, si bien las mujeres muestran niveles de conocimiento más bajos y peor actitud que los hombres. En la práctica no hay diferencias notables por género. La persona que trabaja por cuenta propia o que tiene un perfil arriesgado destaca en las tres dimensiones, especialmente en conocimiento y actitud.



## 2.2. Relaciones entre las distintas dimensiones

El análisis de las correlaciones que se establecen entre las diferentes dimensiones de la cultura financiera ofrece información relevante acerca de las interacciones que conectan los conocimientos, las actitudes y las prácticas financieras. Este epígrafe está dedicado al análisis de dichas interacciones. Con este fin se introduce la diferencia entre conocimiento básico y avanzado, que son los dos sub-indicadores que componen la dimensión que se ha denominado “conocimiento total” y que en definitiva es el agregado de los dos anteriores (ver tabla IV.1; Anexo IV).

Tabla II.2.3. Coeficientes de correlación entre las dimensiones de cultura financiera

	Conocimiento básico	Conocimiento avanzado	Conocimiento total	Actitud	Práctica
CONOCIMIENTO BÁSICO	1	,413**	,857**	,250**	,396**
CONOCIMIENTO AVANZADO	,413**	1	,823**	,429**	,281**
CONOCIMIENTO TOTAL	,857**	,823**	1	,398**	,406**
ACTITUD	,250**	,429**	,398**	1	,318**
PRÁCTICA	,396**	,281**	,406**	,318**	1

Fuente: elaboración a partir de los resultados de la encuesta realizada

Tal y como muestra la tabla II.2.3, se ha detectado una correlación positiva y significativa entre los niveles de conocimiento básico y la práctica financiera (0,396). Cabe señalar que, si bien el presente análisis ha permitido documentar una relación entre conocimiento financiero básico y una mayor intensidad y sofisticación de la práctica financiera de los individuos, los resultados no permiten establecer causalidades directas. Esto es, resultaría

plausible pensar que es necesario contar con un mínimo nivel de conocimiento financiero para interactuar con el sistema, pero también sería consistente creer que, a medida que la práctica se intensifica y se torna más compleja, el nivel de conocimientos del individuo crece.

El análisis de las relaciones existentes entre el indicador de conocimiento y el de actitud presenta también niveles de correlación estadísticamente significativos (0,398). Esta relación es más fuerte con el nivel de conocimiento avanzado (0,429) que con el básico (0,250).

En definitiva, los datos ponen de manifiesto que el nivel de conocimientos o alfabetización financiera de un individuo se relaciona positivamente con su actitud hacia la economía y las finanzas. Un fenómeno consistente con los resultados de estudios similares llevados a cabo para contrastar la relación entre actitudes y conocimientos de la población en otras disciplinas (Bauer, 2002).

Explorar los elementos que en cada uno de los casos afectan a dicha relación requiere estudiar el comportamiento individualizado de cada dimensión en función de las variables consideradas. A esta tarea se dedica el siguiente apartado.

### 3. Análisis particular de cada dimensión que conforma la cultura financiera: conocimiento, actitud y práctica

En este tercer apartado, se analiza cada dimensión individualmente y se explora la significatividad de las diferencias observadas en el epígrafe anterior. Asimismo, se hace hincapié en la propensión al ahorro y en el perfil de riesgo de los entrevistados.

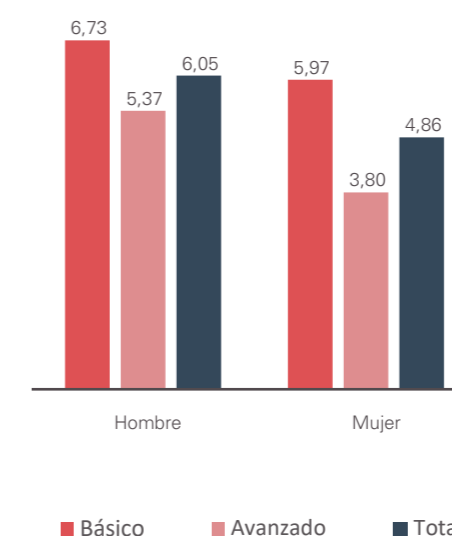
#### 3.1. El nivel de conocimientos financieros

Tal y como se ha expuesto en epígrafes anteriores, el análisis de la cantidad y calidad de los conocimientos financieros con los que cuenta una población ha sido objeto de estudio recurrente en las últimas décadas, en la medida en que se ha considerado un elemento explicativo de los comportamientos financieros de la población y de sus actitudes hacia el sector. Si bien la comunidad académica ha considerado el nivel de conocimientos financieros un objeto de estudio prioritario, en el presente estudio el análisis de los niveles de alfabetización financiera se ha trabajado al mismo nivel metodológico y conceptual que el resto de las dimensiones que definen la cultura financiera.

Al analizar los comportamientos de la población española frente al ahorro y la inversión, Núñez y Silva (2017) destacan los bajos niveles de conocimientos que los ciudadanos poseen sobre estas materias como uno de los principales problemas que afectan a sus decisiones económico-financieras. Tan solo la mitad de los participantes en su estudio alcanzaba un nivel básico de competencia. En el presente estudio, también se observan bajos niveles en los conocimientos financieros básicos y avanzados, pero lo interesante es saber hasta qué punto se ven mediados por las características sociodemográficas y determinados perfiles, como los asociados a la asunción de riesgos o la propensión al ahorro. A continuación, se detallan las correlaciones positivas observadas respecto a la dimensión del conocimiento.

Con respecto al género, se aprecian diferencias estadísticamente significativas entre el indicador de nivel de conocimiento de las mujeres (valor medio de 4,87) y el de los hombres (6,05) [gráfico II.3.1] ( $t=6,14$ ;  $p<0,01$ ). Las mujeres presentan un déficit de conocimientos financieros con respecto a los hombres que es importante en cuanto a conocimientos básicos (6,73 frente a 5,97;  $t=3,12$ ;  $p<0,01$ ), y aún mayor cuando se trata de conocimientos financieros avanzados (5,37 frente a 3,76;  $t=7,43$ ;  $p<0,01$ ).

Gráfico II.3.1. Conocimiento total, básico y avanzado por género (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

La disparidad en el nivel de alfabetización financiera entre hombres y mujeres es una constante en los estudios sobre este aspecto. Algunos estudios inciden en la evolución de esta diferencia a lo largo de la vida de hombres y mujeres (Anokye et al., 2018); o en cómo una mejora de los niveles de alfabetización femeninos incidiría positivamente en la gestión financiera de estas últimas (Huang, et al., 2016). En general, en todos los estudios previos se ha observado esta brecha, que es mayor cuando el nivel de desarrollo económico del país es menor.

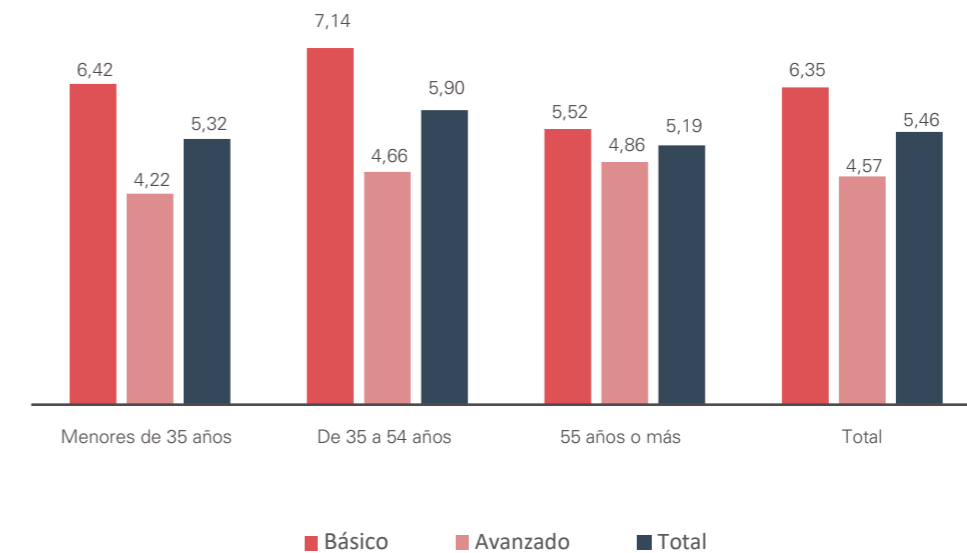
En el informe Allianz (2017), se observa esa misma circunstancia en todos los países que abarca el estudio, presentando los hombres unos niveles de respuestas correctas en conocimientos financieros básicos un 14% de media superior respecto a las mujeres y un 31% en las preguntas relacionadas con riesgos y diversificación, que se catalogan como conocimientos financieros avanzados. Centrándonos en los datos para España, el mencionado trabajo muestra una diferencia de un 15% a favor de los hombres en cuestiones básicas, incrementándose dicha diferencia hasta el 27% en las cuestiones de riesgos y diversificación.

El informe ANZ (2015) apunta que las mujeres australianas están rezagadas respecto a los hombres en temas de educación financiera, lo que también se constata en el informe PIAAC (2018) para el caso español, en el que los hombres presentan mayor habilidad financiera que las mujeres. En este último estudio, la diferencia de género se observa solo en los conocimientos avanzados, ya que en conocimientos básicos las mujeres presentan niveles similares e incluso ligeramente superiores a los hombres.

En el presente estudio, la diferencia en el nivel de conocimientos financieros básicos y avanzados entre los grupos de hombres y mujeres se manifiesta en todos los tramos de edad y es independiente del nivel educativo de los individuos.

Si tenemos en cuenta la edad de los encuestados, se observan diferencias significativas en el nivel de conocimientos financieros [gráfico II.3.2] ( $F=4,74$ ;  $t<0,01$ ). Estas diferencias las marca especialmente el valor que alcanza el grupo de edad entre 35 y 54 años frente a los otros dos grupos ( $p<0,05$ ), ya que entre los más jóvenes y los más mayores la diferencia no es significativa.

Gráfico II.3.2. Conocimiento total, básico y avanzado por edad (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

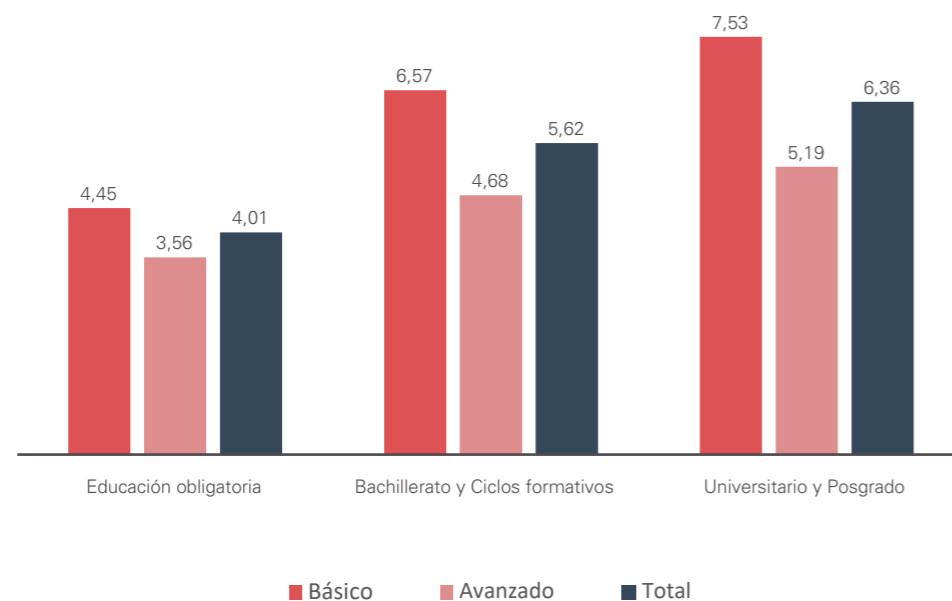
Esta misma distribución por tramos de edad ha sido descrita en otros estudios, como PIAAC (2018), donde en el caso de España las personas mayores de 55 años son el grupo de edad con menores niveles de conocimiento financiero, tanto básico como avanzado, y también con menores niveles en práctica financiera.

La edad parece ser una característica relevante a la hora de explicar diferencias en el nivel de conocimiento financiero entre la población. Se ha argumentado en algunos trabajos (Allianz, 2017) que los jóvenes generalmente presentan menos conocimientos en materia financiera, tanto en temas básicos como en temas más complejos, debido a su inexperiencia con el manejo de productos financieros y por la falta de perspectiva en la toma de decisiones financieras importantes (comprar casa, planes de pensiones, seguros de vida, etc.), productos que van asociados, en la mayor parte de los casos, a la edad del usuario.

Sin embargo en el presente estudio los jóvenes, si bien presentan un menor nivel de conocimiento que el grupo de mediana edad, registran valores significativamente más altos que el grupo de los mayores de 55 años.

El nivel de estudios de la población se manifiesta como un factor determinante. El grado de conocimientos financieros detectados está relacionado positivamente con el nivel de educación, con diferencias significativas ( $F=66,58$ ;  $p<0,01$  para conocimiento básico;  $F=20,95$ ;  $p<0,01$  para conocimiento avanzado y  $F=59,89$ ;  $p<0,01$  para conocimiento total) en el índice general de conocimiento y en el subíndice de conocimiento básico. En cambio, las diferencias que se presentan sobre el conocimiento avanzado solo se manifiestan entre el nivel más bajo educativo frente a los otros dos.

Gráfico II.3.3. Conocimientos total, básico y avanzado por nivel de estudios (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Esta relación positiva entre nivel de estudios y conocimiento financiero ha sido observada en la mayor parte de las encuestas que tratan de medir y explicar la cultura financiera.

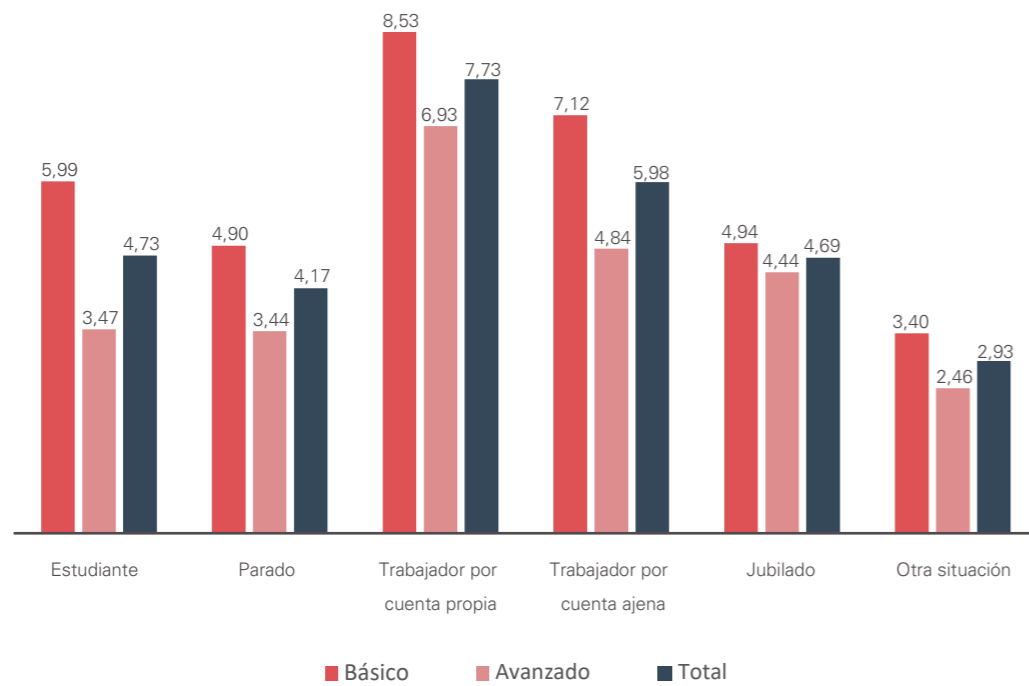
No obstante, aunque es un factor relevante, no llega a ser determinante, ya que el nivel de estudios alcanzado no convierte automáticamente al individuo en un experto en estas materias (Allianz, 2017).

En nuestro caso, podemos observar que existe una diferencia importante y significativa entre los niveles de conocimiento de las personas con estudios universitarios (valor medio de 6,36), las que tienen estudios de bachillerato o equivalente (5,62) y las que tienen estudios obligatorios (4,01) [gráfico II.3.3]. Los individuos con niveles de estudios universitarios se diferencian claramente de los individuos con estudios de Bachillerato o Formación Profesional Superior en conocimientos básicos, pero no ocurre lo mismo cuando se analizan los conocimientos avanzados, donde esa diferencia es menor, de hecho, no es estadísticamente significativa. Por lo tanto, es en el campo de las finanzas avanzadas donde poseer una titulación no parece otorgar conocimientos financieros significativamente diferenciadores.

En lo que respecta a la relación entre nivel de conocimientos y situación laboral, se observan diferencias entre los distintos grupos de individuos, siendo la media obtenida por las personas que trabajan por cuenta propia siempre significativamente superior al resto de grupos ( $F=9,34$ ;  $p<0,01$  para conocimiento básico;  $F=21,60$ ;  $p<0,01$  para conocimiento avanzado y  $F=35,27$ ;  $p<0,01$  para conocimiento total). En cambio, para estas otras situaciones laborales no siempre se encuentran diferencias significativas entre ellas [gráfico II.3.4].

Por ejemplo, al analizar los índices de conocimiento básico y avanzado, encontramos alguna pequeña diferencia en los grupos intermedios. Por ejemplo, el colectivo de estudiantes obtiene valores similares a los trabajadores por cuenta ajena en el básico o el colectivo de jubilados valores cercanos a los trabajadores por cuenta ajena en el avanzado. No obstante, en todos los casos los trabajadores por cuenta propia son los que presentan siempre valores superiores del índice de conocimiento (tanto avanzado como básico) y la diferencia con el resto de los grupos es estadísticamente relevante.

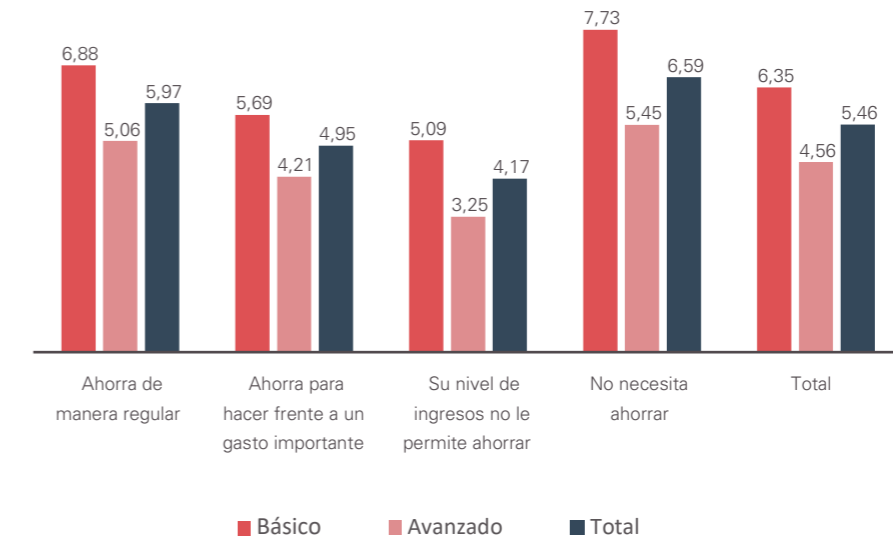
Gráfico II.3.4. Conocimientos total, básico y avanzado por situación laboral (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Encontramos solo diferencias estadísticamente significativas ( $F=13,97$ ;  $p<0,01$  para conocimiento básico;  $F=16,05$ ;  $p<0,01$  para conocimiento avanzado y  $F=21,38$ ;  $p<0,01$  para conocimiento total) entre los grupos de personas que no necesitan ahorrar y el grupo de individuos que no tienen capacidad de ahorro [gráfico II.3.5]. Los individuos que ahorran para hacer frente a gastos importantes y los que ahorran de manera regular no presentan diferencias significativas frente a los dos primeros. Esta situación se repite para los tres niveles de conocimiento estudiados (básico, avanzado y total).

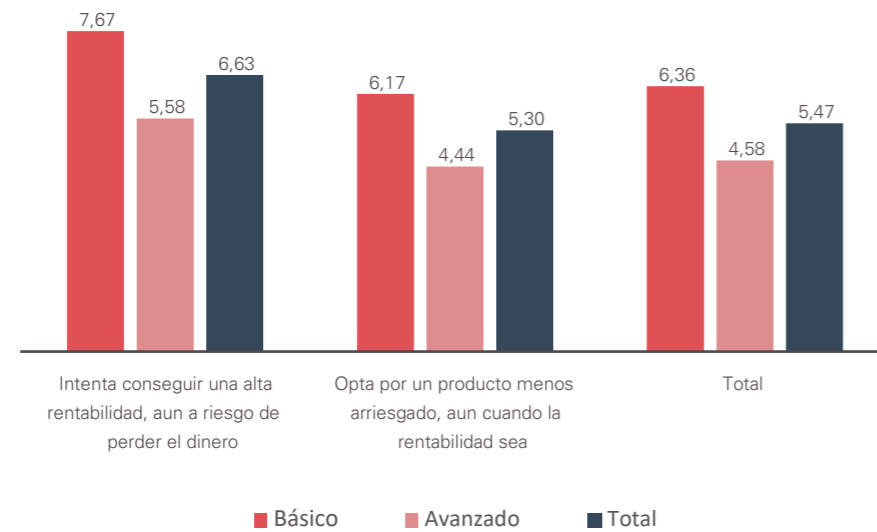
Gráfico II.3.5. Nivel de conocimiento total, básico y avanzados por perfil de ahorro (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Para conocer el perfil de riesgo, se consultó a los entrevistados qué era lo que preferían hacer con su dinero a través de una pregunta dicotómica en la que se presentaba un perfil arriesgado frente a otro conservador. Mayoritariamente, los individuos se decantaron por este último [gráfico II.3.6]. En cuanto al nivel de conocimiento presentado por estos dos perfiles, se encontraron diferencias significativas ( $t=4,44$   $p<0,01$  para conocimiento básico,  $t=3,39$ ;  $p<0,01$  para conocimiento avanzado,  $t=4,45$ ;  $p<0,01$  conocimiento total), arrojando el perfil más arriesgado siempre valores superiores.

Gráfico II.3.6. Conocimientos total, básico y avanzado por perfil de riesgo (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

En resumen, la población analizada tiene unos niveles bajos de conocimientos financieros y las mujeres presentan un déficit importante respecto a los hombres, que se acentúa en los conceptos financieros avanzados. La población de edad comprendida entre 35 y 54 años presenta los mayores niveles de conocimientos básicos y avanzados y, en general, los mayores de 55 años son los que menores conocimientos financieros tienen.

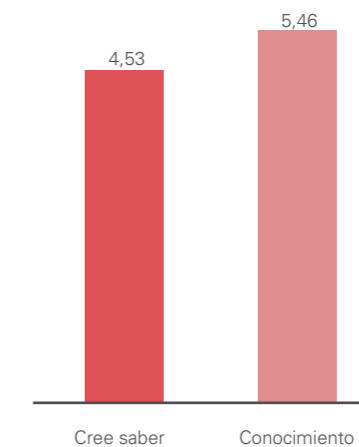
El conocimiento financiero depende del nivel educativo alcanzado y también de la situación laboral, y es superior en el caso de los trabajadores frente a otros colectivos y, sobre todo, muy elevado en el caso de los trabajadores por cuenta propia. La no necesidad de ahorro y la no aversión al riesgo parecen aspectos relacionados positivamente con el conocimiento financiero. Por el contrario, cuando el nivel de ingresos no permite ahorrar y se tiene un comportamiento más conservador frente al riesgo, se observan valores medios de conocimiento más bajos.

### 3.1.1. La confianza de los individuos en sus conocimientos financieros

Los individuos creen tener menos conocimientos financieros de los que realmente demuestran. Se ha estimado la confianza en los conocimientos financieros mediante la diferencia entre el indicador conocimiento y el indicador "Cree saber" para cada uno de los encuestados, tanto en conocimientos básicos como avanzados. Para la población encuestada, el nivel de conocimiento real es significativamente superior al percibido ( $t=-9,92$ ;  $p<0,01$ ). El gráfico II.3.7. muestra la diferencia general.

Algunos autores esgrimen la confianza como una posible justificación de la brecha de conocimientos (Farrel et al., 2016) entre mujeres y hombres, al afirmar que las primeras confían menos en sus conocimientos financieros, ya que el porcentaje de respuestas como 'no sabe' o 'no contesta' es mayor en su caso cuando el cuestionario les brinda esa posibilidad, con diferencias importantes -el doble que en el caso de los hombres-.

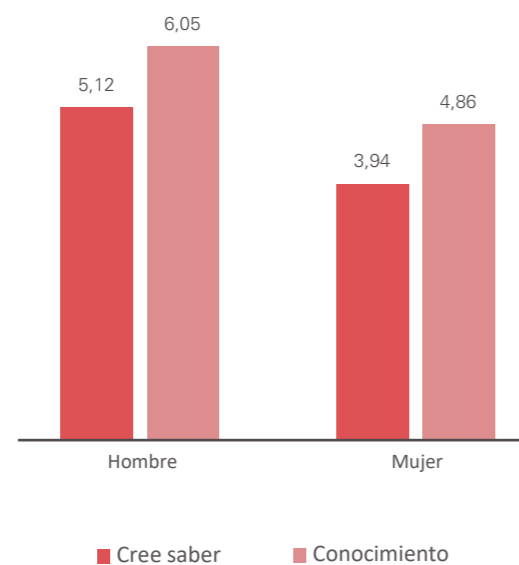
Gráfico II.3.7. Confianza en los conocimientos financieros (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

En el presente estudio los datos muestran que efectivamente existen diferencias entre los niveles de confianza que hombres y mujeres muestran hacia sus conocimientos financieros, con valores de ( $t=-7,32$ ;  $p<0,01$ ) en el caso de los hombres y de ( $t=-6,72$ ;  $p<0,01$ ) para las mujeres. Aun así, lo que creen saber los hombres es significativamente superior a lo que creen saber las mujeres ( $t=-8,38$ ;  $p<0,01$ ).

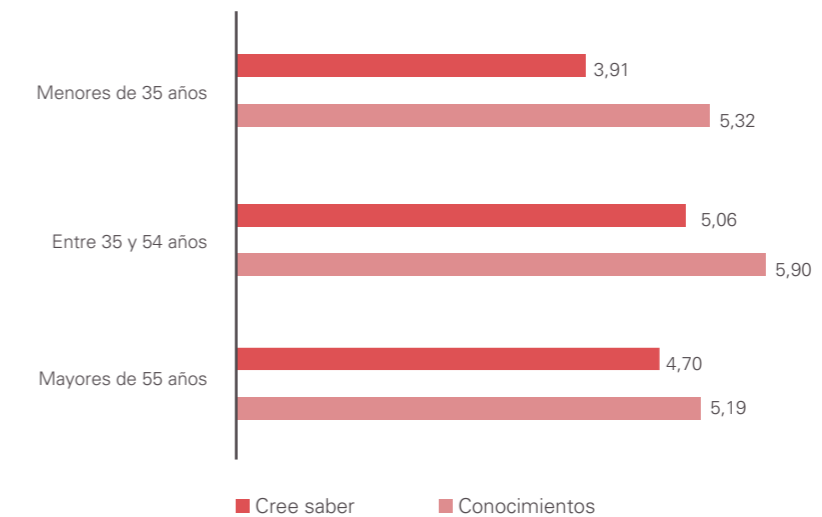
Gráfico II.3.8. Confianza en los conocimientos financieros por género (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

En relación a la edad, el grupo de menores de 35 años alcanza un valor medio de 3,91 en lo referente a “Cree saber”, que es significativamente inferior a los otros dos grupos de edad ( $F=23,15$ ;  $p<0,01$ ). Cabe destacar que en los tres grupos de edad el valor medio del conocimiento es significativamente superior al valor medio de “Cree saber” (para los menores de 35 años  $t=-9,38$ ;  $p<0,01$ ; para el grupo de 35 a 54 años  $t=-4,92$ ;  $p<0,01$  y para el grupo de 55 años o más  $t=-2,99$ ;  $p<0,01$ ). Esto significa que los jóvenes son los que menos nivel de confianza tienen en sus conocimientos, aumentando esa confianza con la edad.

Gráfico II.3.9. Confianza en los conocimientos financieros por tramos de edad (valores medios)

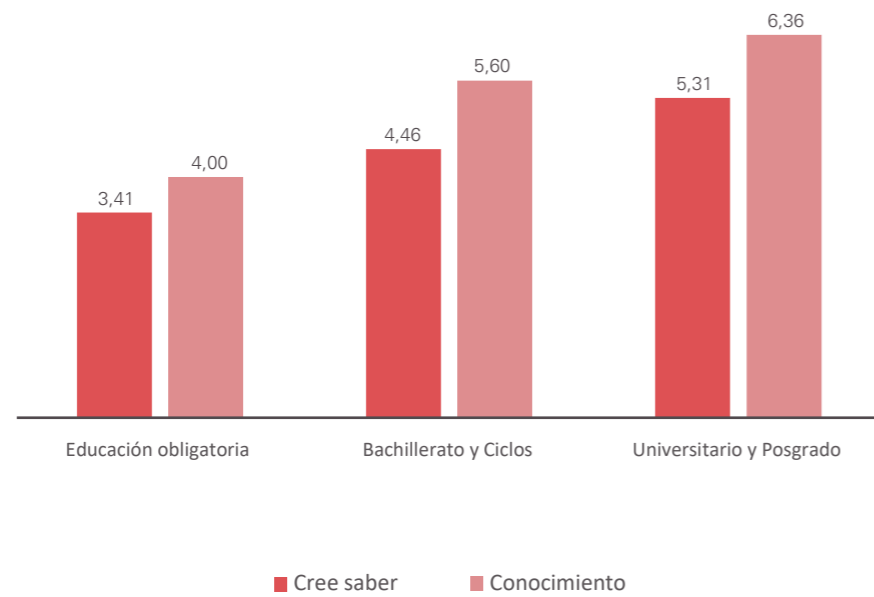


Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Los valores medios del indicador “Cree saber” presentan una clara relación con el nivel de estudios alcanzado por la población encuestada. Esto es, aquellos cuya educación no supera la Secundaria presentan el nivel más bajo y los que poseen estudios universitarios el más alto. Dichas diferencias son significativas ( $F=73,99$ ;  $p<0,01$ ) entre los tres grupos de estudios analizados. Aun así, la diferencia dentro de cada grupo entre lo que creen saber y lo que saben realmente es significativa en todos ellos ( $t=-3,67$ ;  $p<0,01$  para nivel de estudios obligatorios;  $t=-5,67$ ;  $p<0,01$  para el nivel de bachillerato y ciclos formativos y  $t=-7,56$ ;  $p<0,01$  para el grupo de estudios superiores) si bien, la menor diferencia se da en el grupo con menores estudios.



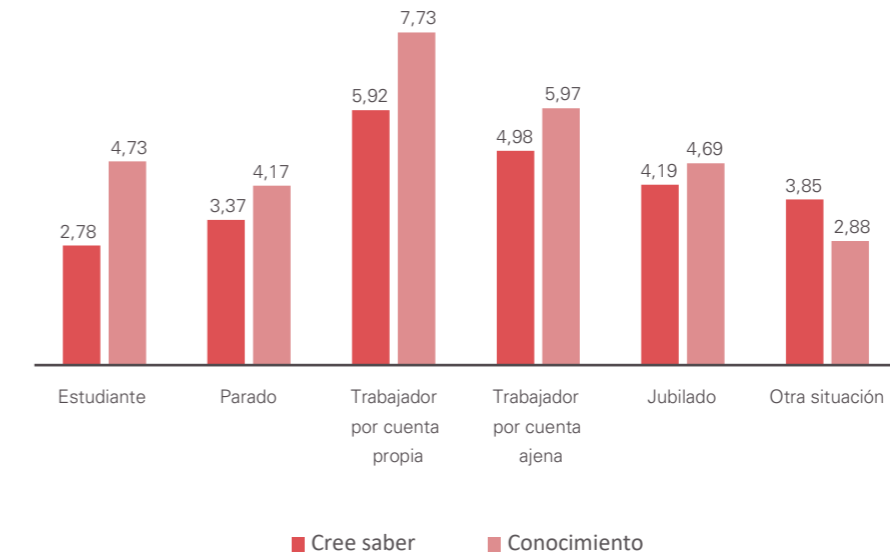
Gráfico II.3.10. Confianza en los conocimientos financieros por niveles de educación (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Respecto a la situación laboral, existen diferencias significativas, pero no en todos los grupos. En el caso de los trabajadores por cuenta propia, el valor medio del indicador “Cree Saber” sí es significativamente superior al valor medio de cualquiera de los otros grupos (F=34,76; p<0,01). Si nos fijamos en la confianza de los distintos grupos de acuerdo a su situación laboral, existen diferencias significativas entre el cree saber y el sabe en todos los casos (t=-7,24; p<0,01 para los estudiantes; t=-3,11; p<0,01 para los parados; t=-6,71; p<0,01 para los trabajadores por cuenta propia; t=-7,23; p<0,01 para los trabajadores por cuenta ajena; t=-2,14; p<0,05 para los jubilados y t= 2,91; p<0,01 para los que tienen una situación laboral diferentes a los anteriores). Hay que destacar que, en general, la confianza es baja en todos los grupos, con excepción del grupo “otra situación”, cuya confianza es alta y sus conocimientos reales bajos.

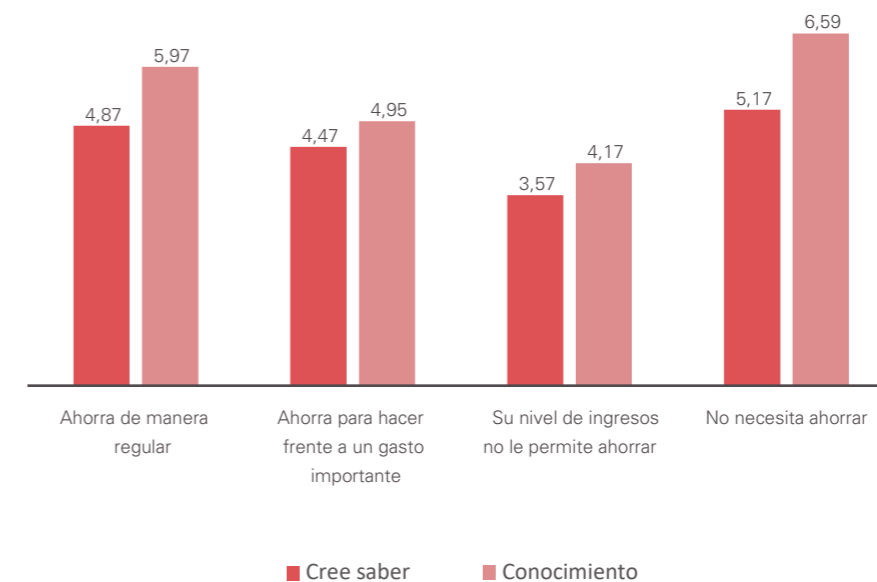
Gráfico II.3.11. Confianza en los conocimientos financieros según la situación laboral (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Al cruzar el conocimiento con la actitud frente al ahorro, solo se registran diferencias significativas estadísticamente entre los que no necesitan ahorrar y los que tienen un nivel de ingresos que no les permite ahorrar (F=19,9 p<0,01). Los otros dos grupos, en cambio, no presentan diferencias significativas entre ellos ni frente a los dos grupos anteriores.

Gráfico II.3.12. Confianza en los conocimientos financieros según la propensión al ahorro (valores medios)

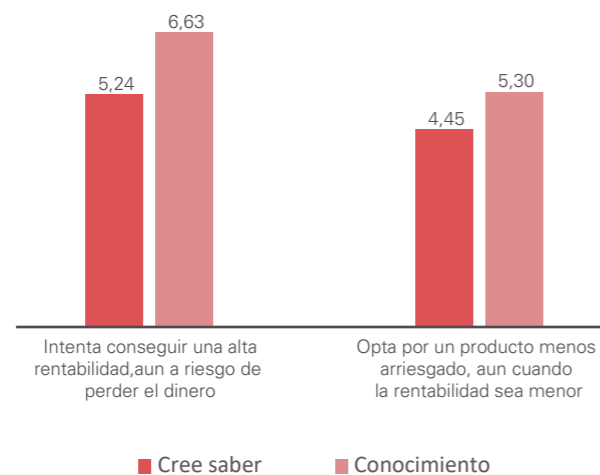


Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

En lo referente a la confianza solo presentan diferencias significativas entre el cree saber y el sabe los que intentan ahorrar de manera regular ( $t=-9,35$ ;  $p<0,01$ ) y los que tienen un nivel de ingresos que no les permite ahorrar ( $t=-3,20$ ;  $p<0,01$ ).

Aquellos entrevistados con un perfil más arriesgado creen saber de media significativamente más que aquellos más conservadores ( $t=3,45$ ;  $p<0,01$ ). En cambio, tanto unos como otros no parecen confiar en sus conocimientos financieros, puesto que los dos presentan niveles de confianza negativos, es decir, creen saber menos de lo que demuestran saber ( $t=-5,40$ ;  $p<0,01$  para los más arriesgados y  $t=-8,42$ ;  $p<0,01$  para los más conservadores).

Gráfico II.3.13. Confianza en los conocimientos financieros según el perfil de riesgo (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

### 3.2. Las actitudes frente a las finanzas

El siguiente epígrafe está dedicado a analizar el comportamiento del indicador de actitud en función de las distintas variables sociodemográficas y perfiles. En primer lugar, se han registrado diferencias estadísticamente significativas ( $t=6,75$ ;  $p<0,01$ ) en la actitud hacia las finanzas en función de las variables de género, edad y nivel de estudios.

Los resultados de la encuesta muestran que el género condiciona la actitud hacia las finanzas, al igual que lo observado en la dimensión conocimientos. Este indicador registra un valor medio de 4,24 en las mujeres, una cifra que asciende a 5,02 en el caso de los hombres [gráfico II.3.14].

Gráfico II.3.14. Actitud hacia las finanzas según el género (valores medios)

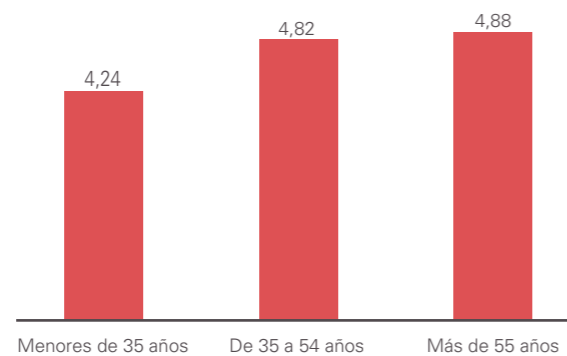


Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Según estos datos, las mujeres presentarían un menor interés que los hombres en materia de economía y finanzas, unos resultados en línea con otros informes (Eckel y Grossman, 2008; ANZ, 2015; ASIC's Australian Financial Attitudes and Behaviour Tracker, 2017) en los que se muestra además que, de media, las mujeres son menos impulsivas con el dinero, tienen más aversión al riesgo y encuentran más estresantes y abrumadores los asuntos financieros.

Al cruzar el nivel de actitud con los tres tramos de edad contemplados, se observa también una relación positiva: a mayor edad, mejor actitud hacia las finanzas. Al igual que reflejan otras encuestas (Australian Financial Attitudes and Behaviour Tracker, 2017), las diferencias son más acentuadas entre el grupo de los más jóvenes (menores de 35 años) y los dos grupos restantes. Los encuestados más jóvenes tienen un valor medio en el indicador de actitud hacia las finanzas (4,24) menor que el registrado por el resto de los encuestados tanto para el grupo de 35 y 54 años (4,82) y el de 55 o más (4,88) [gráfico II.3.15]. De hecho, estos dos últimos grupos no presentan diferencias significativas entre ellos, pero sí con respecto al primero ( $F= 12,80$ ;  $p<0,01$ ). Es decir, a partir de cierta edad, quizás cuando la economía y las finanzas adquieren una importancia mayor en el día a día, la actitud hacia ellas mejora y se mantiene estable a lo largo de la vida.

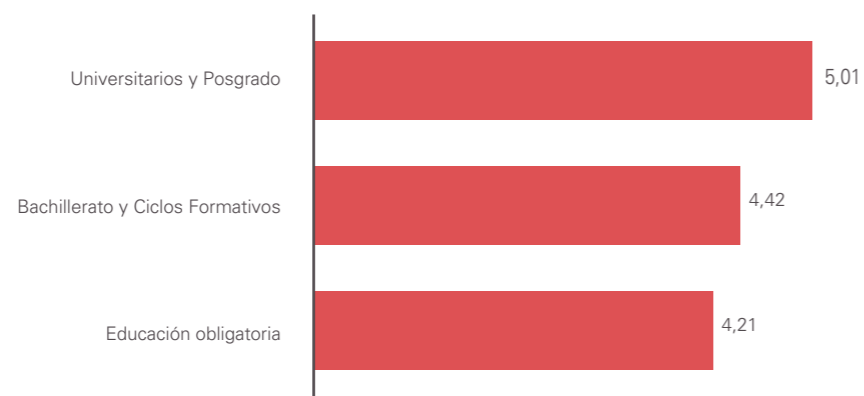
Gráfico II.3.15. Actitud hacia las finanzas por tramos de edad (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

En cuanto al nivel de estudios, la encuesta refleja que, a mayor formación, mejor actitud hacia las finanzas. No existen diferencias considerables entre aquellos que han cursado estudios obligatorios (nivel de actitud medio de 4,22) y los que han cursado Bachillerato y/o Ciclos Formativos (4,42). Por otro lado, sí existen diferencias significativas ( $F=9,68$ ;  $p<0,01$ ) entre estos grupos y los que cuentan con estudios superiores (universitarios, de master y/o doctorado, 5,01) [gráfico II.3.16].

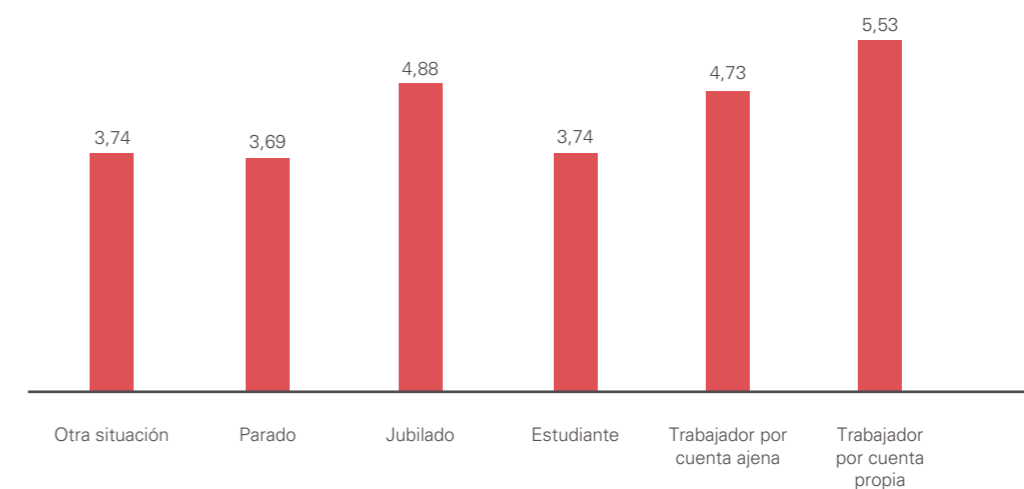
Gráfico II.3.16. Actitud hacia las finanzas según el nivel de estudios (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Con respecto a la situación laboral de los encuestados, existen también diferencias estadísticamente significativas entre los diferentes perfiles contemplados ( $F=16,43$ ;  $p<0,01$ ). Los trabajadores por cuenta propia son los que registran un nivel medio de actitud más elevado (5,53) [gráfico II.3.17]. Del lado contrario, tanto parados como estudiantes son los que muestran niveles de actitud más bajos (3,74 estudiantes y 3,69 parados). Otras situaciones laborales se sitúan en un punto intermedio entre estos extremos, como los jubilados o los trabajadores por cuenta ajena.

Gráfica II.3.17. Actitud hacia las finanzas en función de la situación laboral (valores medios)

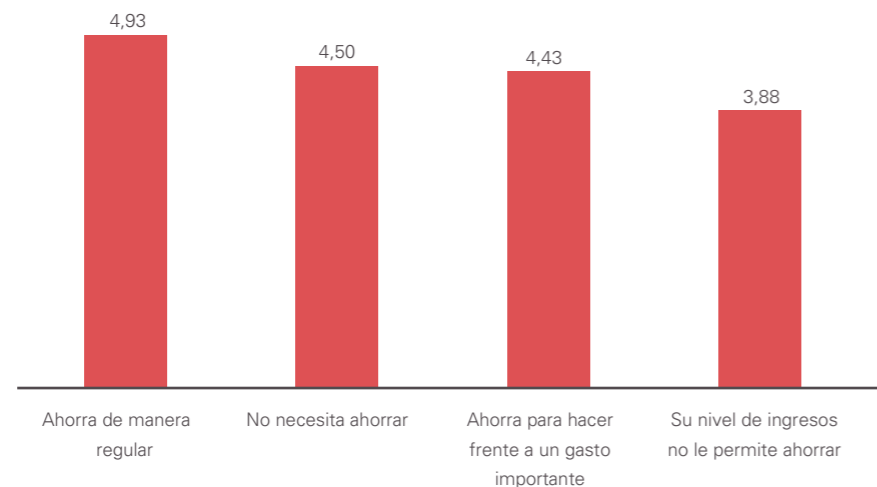


Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

En referencia al ahorro, existen diferencias significativas entre los tres grupos que se plantean ahorrar o poder ahorrar ( $F=29,11$ ;  $p<0,01$ ).<sup>8</sup> Son los individuos que ahorran regularmente los que más confían y mejor actitud con respecto al sistema financiero muestran.

8. En el caso de la actitud frente al ahorro se ha eliminado del análisis el grupo de los que no necesitan ahorrar dado que se trata de un número de individuos muy reducido que en este caso distorsiona la observación de las diferencias entre los otros grupos.

Gráfica II.3.18. Actitud hacia las finanzas según la propensión al ahorro (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Sí se ha observado una correlación estadísticamente significativa ( $t=4,37$   $p<0,01$ ) entre una actitud más positiva hacia las finanzas con un perfil de comportamiento financiero más arriesgado en coincidencia con lo reportado en otros estudios (Noussair et al., 2013). Aquellos encuestados que optan por la opción más arriesgada tienen un nivel de actitud medio superior (5,40) al de los encuestados que se decantan por la respuesta más conservadora (4,54) [gráfico II.3.19].

Gráfico II.3.19. Actitud hacia las finanzas según el perfil de riesgo (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

En definitiva, al igual que se detectó en el análisis pormenorizado de los conocimientos, existen diferencias notables en la actitud hacia las finanzas en función del género del encuestado. Los hombres muestran un valor en su actitud bastante superior al de las

mujeres. También sucede lo mismo cuando la actitud se relaciona con el nivel de estudios (los universitarios tienen una media mayor) o cuando la persona trabaja por cuenta propia o tiene un perfil favorable al riesgo.

### 3.3. Las prácticas financieras

Los valores registrados en este apartado del análisis son, en general, muy bajos. Esto es debido a que la máxima puntuación solo la podría alcanzar una persona muy implicada en actividades financieras de todo tipo y que, además, fuera un usuario muy activo de las *fintech*.

Al igual que sucede con las dimensiones de conocimiento y actitud, se observan diferencias significativas ( $t=3,14$ ;  $p<0,01$ ) entre hombres y mujeres en cuanto a sus prácticas financieras. Se detecta un nivel de práctica financiera ligeramente superior en el caso de los hombres (valor medio de 1,89) frente a las mujeres (1,71) [gráfico II.3.20]. Estos resultados pueden deberse no solo a las diferencias en conocimientos y actitudes frente a las finanzas, sino también a otros factores culturales como que en determinados hogares el hombre sea el encargado de la economía doméstica.

Gráfico II.3.20. Prácticas financieras por género (valores medios)

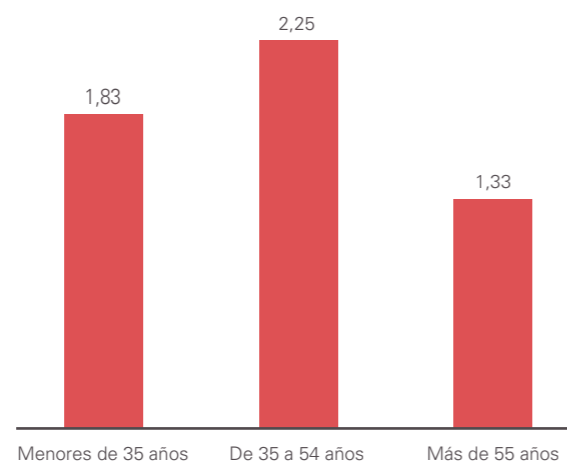


Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Asimismo, la brecha salarial existente entre hombres y mujeres, en perjuicio de estas últimas, podría explicar el menor nivel de práctica financiera del colectivo femenino.

Contradiendo en parte nuestros resultados, en el informe de ANZ (2015) se observa que las mujeres australianas tienden a comprobar la situación de sus finanzas más que los hombres. En cuanto a la elección de productos financieros, no se encuentran diferencias de género en el conjunto de la población. Sin embargo, cuando se consideran simultáneamente el género y la edad, se concluye que en el tramo de edad de 45 a 59 años las mujeres reciben una puntuación inferior a la de los hombres respecto a la elección de productos financieros. En línea con este resultado, las mujeres mayores, de más de 70 años, son las más proclives a contratar una cuenta corriente sin comparar las opciones que ofrecen diferentes instituciones financieras (ANZ, 2015).

Gráfico II.3.21. Práctica financiera por tramos de edad (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

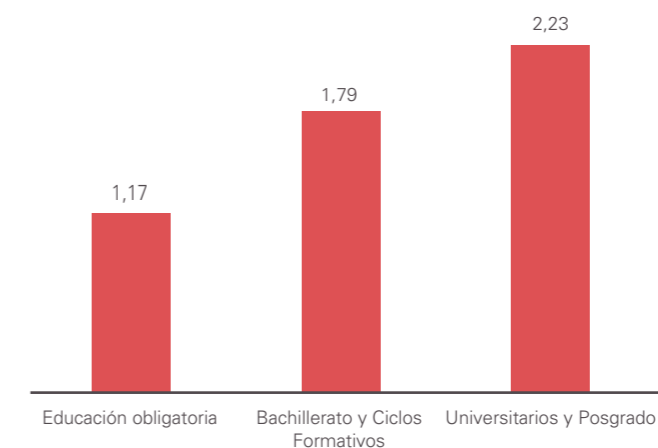
Los niveles de práctica por tramos de edad coinciden con los niveles de conocimientos financieros de cada grupo y también obtienen diferencias estadísticamente significativas ( $F=91,11$ ,  $p<0,01$ ). El colectivo con un mayor nivel de práctica financiera es el grupo de mediana edad, entre los 35 y 54 años (valor medio de 2,25), seguido de las personas menores de 35 años (1,83) [gráfico II.3.21]. En tercer y último lugar, se sitúa la población con 55 años o más (1,33). La jerarquía que se establece en la encuesta de ANZ (2015) en relación a la práctica financiera por tramos de edad es algo diferente. En concreto, este informe revela

que las personas que más controlan la evolución de sus finanzas son las mayores de 35 años, incluyendo los tramos 35-44 años, 45-54 años, 55-64 años y mayores de 65 años.

En cuanto a la elección de productos financieros, según el estudio de ANZ (2015) los grupos con puntuaciones superiores son el tramo de 35-44 años y las personas mayores de 55 años. En lo relativo a la comprobación de los movimientos de la tarjeta de crédito, el colectivo más activo es el grupo de personas de más edad, mayores de 70 años.

No obstante, existen algunas similitudes entre ambos trabajos. En línea con la mayor práctica financiera que detecta el presente trabajo en el tramo de 35 a 54 años, ANZ (2015) observa que la contratación de un seguro de vida es mayor entre los hombres comprendidos en el intervalo de 35 a 59 años. Asimismo, en el análisis de ANZ (2015) se pone de manifiesto que el uso de la banca *online* está generalizado entre la población joven (18-54 años), mientras que este servicio es menos empleado por el colectivo de más edad (mayores de 60 años en este estudio).

Gráfico II.3.22. Práctica financiera según el nivel de estudios (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Existe una correlación positiva y significativa entre el nivel de estudios y el grado de práctica financiera ( $F=156,00$ ;  $p<0,01$ ). Así, las personas con educación universitaria son las que contratan más productos financieros y hacen un seguimiento más continuado de los mismos (valor medio de 2,23), seguidas de quienes tienen estudios de Bachillerato o similares (1,79), situándose en último lugar el grupo de personas que solo tienen la educación obligatoria (1,17) [gráfico II.3.22].

Las personas con niveles de estudios superiores a la educación Secundaria obtienen una puntuación mayor en el indicador de elección de productos financieros, lo que coincide con los resultados de la encuesta de ANZ (2015). Es probable que el mayor nivel de práctica financiera en colectivos con educación superior se explique en cierta medida por el mayor nivel medio de ingresos que cabe esperar en las personas que han cursado estudios universitarios. Además, parece razonable pensar que aquellos con un grado educativo superior hagan un mayor uso de diferentes canales a la hora de informarse, contratar y comprobar los movimientos de sus productos. Este comportamiento esperado se refleja, a su vez, en una puntuación más alta en el indicador de práctica financiera, lo que coincide con los resultados del presente estudio.

En cuanto al vínculo existente entre la situación laboral de la población y el grado de práctica financiera se observan dos grupos claramente diferenciados entre sí. Por un lado, se encuentran las personas ocupadas, ya sean trabajadores por cuenta propia (valor medio de 2,34) o ajena (2,15), que son los más activos en cuanto a práctica financiera [gráfico II.3.23]. Por otro lado, está la población que tiene otro tipo de situación laboral, incluyendo a los estudiantes (1,49), parados (1,34), en otra situación laboral (1,16) y jubilados (1,07). Las personas de estos cuatro estratos presentan niveles significativamente inferiores de práctica financiera en comparación con los autónomos y asalariados, si bien el grupo de estudiantes también difiere de manera significativa de los jubilados y de los que tienen otra situación ( $F=70,59$ ;  $p<0,01$ ). Es razonable que las personas con un salario o una fuente

estable de ingresos sean las que disponen de un mayor número de productos financieros y, en consecuencia, realizan una gestión más activa de los mismos.

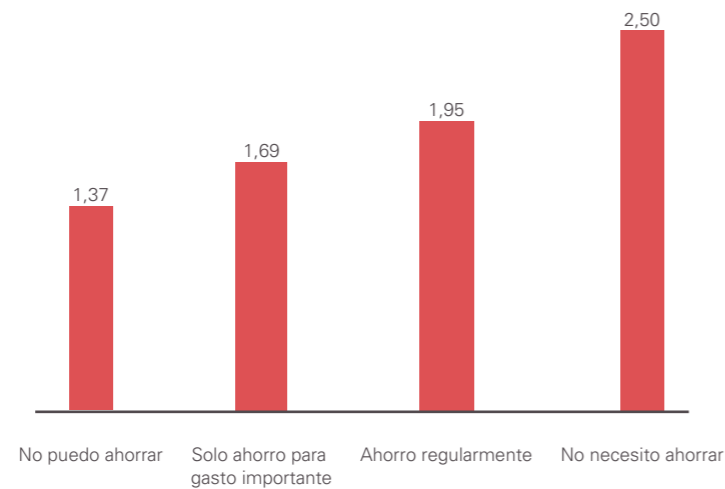
Gráfico II.3.23. Práctica financiera según la situación laboral (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Con respecto al ahorro se dan diferencias significativas entre los grupos ( $F=25,74$ ;  $p<0,01$ ). Resulta bastante ilustrativo que aquellas personas con mayor capacidad de ahorro son también las que cuentan con niveles superiores de práctica financiera. En concreto, los colectivos que no necesitan ahorrar o que intentan ahorrar de manera regular son más activos en la contratación y seguimientos de productos financieros (valores medios de 2,50 y 1,95, respectivamente) frente a quienes solo ahorran para hacer frente a un gasto importante o cuyo nivel de ingresos no les permite ahorrar (1,69 y 1,37, respectivamente) [gráfico II.3.24].

Gráfico II.3.24. Práctica financiera por capacidad de ahorro (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Parece lógico pensar que las personas con una situación financiera más desahogada, lo que se refleja en una mayor capacidad de ahorro, son a su vez las que cuentan con mayores niveles de práctica financiera. En esta línea, el estudio de ANZ (2015) pone de manifiesto que las personas con un menor volumen de ahorros obtienen puntuaciones inferiores en las dimensiones de planificación previa y control financiero. En el otro extremo, quienes tienen mayores niveles de ahorro, alcanzan puntuaciones superiores a la media en factores como la elección de productos financieros y el seguimiento de las finanzas.

Con respecto al riesgo, se observa que las personas con un perfil más atrevido, aquellas que están dispuestas a invertir en productos que ofrecen rentabilidades y riesgos superiores, son las que presentan un nivel de práctica financiera significativamente mayor (valor medio de 2,37 frente a 1,72) ( $t=5,82$ ;  $p<0,01$ ) [gráfico II.3.25].

Existe relación entre la práctica financiera y los riesgos asumidos por los individuos con el fin de alcanzar diferentes niveles de rentabilidad. Es plausible pensar que, cuando un individuo no acumula una suficiente experiencia financiera, suele actuar de forma más conservadora, eligiendo productos con un menor nivel de riesgo, aun a costa de optar por

rentabilidades esperadas inferiores. En consecuencia, parece que la experiencia podría ser un factor que se relacione con el tipo de producto que el ciudadano está dispuesto a adquirir y con la preferencia por opciones más o menos arriesgadas.

Gráfico II.3.25. Práctica financiera por perfil de riesgo (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

A modo de resumen en lo referente a la práctica financiera, se han obtenido resultados similares a las dimensiones anteriores, si bien con coeficientes más pequeños. Ahora bien, en esta dimensión prevalecen los hombres con estudios universitarios, que no necesitan ahorrar, que son tanto trabajadores por cuenta propia como ajena y cuentan con un perfil de inversión relativamente arriesgado.



# CAPÍTULO III

## Análisis específicos

### 1. Las fintech: las nuevas tecnologías en la cultura financiera

#### 1.1. Introducción

Como señala Ochoa Gil en el Anuario IEB de Banca Digital y Fintech (2017), la transformación que conllevan las nuevas tecnologías es profunda. Nos encontramos en la actualidad dentro de la cuarta revolución industrial, cuya característica principal es la fusión y aceleración de las tecnologías digitales que modifican todos los ámbitos de producción y los servicios. Evidentemente, el sector financiero no es ajeno a este cambio transversal y universal que afecta a todos los ámbitos de la sociedad. El proceso está siendo tan rápido e intenso que la actitud de los ciudadanos se transforma al ritmo del cambio tecnológico. La población de cierta edad y con conocimientos tradicionales sobre las finanzas se adapta a las aplicaciones, mientras que los más jóvenes adquieren dichos conocimientos prácticamente en el momento de utilizar las aplicaciones. La forma de relacionarnos con las entidades, el acceso a la información, los productos y servicios financieros que se contratan y la forma de llevar a cabo transacciones está transformándose rápidamente y modificando al momento las bases de la cultura financiera de los ciudadanos.

Durante el estudio cualitativo previo a la aplicación de la encuesta, todos los agentes entrevistados coincidieron en que las nuevas tecnologías están provocando una revolución en el sector financiero, aunque para algunos el cambio disruptivo está aún por llegar. Los cambios se han producido tanto por la entrada de nuevos agentes -las empresas de base tecnológica del sector financiero o empresas *fintech*- para ocupar un espacio cada vez mayor en el sector, como por el uso de tecnologías que facilitan y agilizan la realización de tareas que antes requerían la presencia física de los ciudadanos en las oficinas de las entidades. Las empresas *fintech* aprovechan los avances tecnológicos con el objetivo de lograr soluciones que permitan avanzar en la innovación y transformación desde el punto de vista digital del sector financiero, dinamizándolo tanto por la vía competitiva como por la de la economía colaborativa. No estando esta última exenta de transformarse a su vez en competitiva por la propia naturaleza del sector financiero.

El ciudadano puede optar actualmente entre una amplia y compleja oferta de servicios y productos financieros a los que puede acceder por canales impensables hace dos décadas

y que permiten a los agentes individualizar la oferta para adaptarla a las características específicas del consumidor. La tipología de los agentes se amplía con la entrada de las empresas *fintech*. De hecho, todas las compañías cuya actividad se asienta en la tecnología digital, que ofrecen productos o servicios, pueden plantear alternativas a las que presentan las entidades financieras tradicionales. Además, según la opinión recabada a los expertos, se trata de un mercado que crece de manera exponencial apoyándose en todos los segmentos de la población que hacen un mayor uso de estas herramientas tecnológicas, principalmente la gente joven, muchos de ellos nativos digitales que han convivido siempre en este entorno. Pero también incluye a todos aquellos que tienen un intenso contacto con las TIC en su vida cotidiana.

Precisamente, la creciente utilización de las TIC ha producido un desequilibrio a favor de la capacidad de decisión de los ciudadanos en las relaciones con las instituciones financieras, lo que ha modificado la actitud frente al sistema financiero. El nuevo escenario es especialmente aplicable a los más jóvenes, quienes por la comodidad (e incluso la necesidad) de estar inmersos en ecosistemas tecnológicos digitales prescinden o sustituyen elementos básicos del modelo de negocio bancario como son, por ejemplo, las oficinas o sucursales, por otros elementos intangibles, como las ágiles e intuitivas APPs que utilizan en dispositivos móviles como teléfonos o tabletas. Pero esto no quiere decir que la actitud de amplias capas acostumbradas a las TIC no sea similar a la de los jóvenes. Que la actitud pueda ser similar no implica que los otros componentes de la cultura financiera entre jóvenes y mayores queden equiparados. Numerosos estudios revelan que el conocimiento de los más jóvenes sobre los conceptos financieros suele ser inferior a sus competencias tecnológicas. A este hándicap hay que sumar la falta de confianza en el sistema, no en el funcionamiento de las aplicaciones, y la baja integración que realizan en sus pautas culturales generales de las características y pautas que se han de seguir en los servicios y productos financieros.

Todas estas circunstancias hacen que no sea tan clara la relación entre brecha tecnológica y edad. La brecha es constatable con los que han vivido en entornos analógicos y ya no tienen la expectativa de digitalizarse, circunstancia que puede causar problemas a los ciudadanos de mayor edad, dado el rápido avance de la incorporación de este tipo de herramientas a la vida cotidiana y al entorno financiero en especial. Esto provoca situaciones de exclusión financiera, una preocupación que se pone de manifiesto por parte de los expertos en el estudio cualitativo.

El uso de nuevas tecnologías en el ámbito financiero es ya irremplazable y es necesario conocer cómo se está produciendo la transformación del comportamiento de los usuarios en función de sus características sociodemográficas, para establecer tendencias y ofrecer pautas que sirvan de base para desarrollar acciones de inclusión, con los no digitalizados, y de acercamiento/acompañamiento con los muy digitalizados.

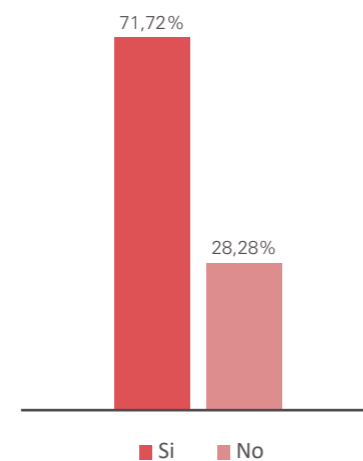
## 1.2. Uso de Internet y la cultura financiera

Internet se ha configurado como un medio de intercambio de información y, como es lógico en una sociedad de mercado y global, de transacciones, hasta tal punto que un primer indicador del grado de acomodación a las nuevas tecnologías digitales por parte de la población es el uso de Internet a la hora de realizar compras y transacciones. En el apartado 1.5 del capítulo II ya vimos que los españoles, en términos comparados con los países de la UE, no han sido unos grandes compradores por Internet y aún están por debajo de la media. También es cierto que la evolución experimentada de los últimos años ha ido reduciendo las diferencias, puesto que los niveles de conectividad españoles han aumentado considerablemente en los últimos años, tal y como muestra el índice DESI (*Digital Economy and Society Index*) para este aspecto, pasándose de un índice de conectividad del 11,1 en el año 2014, al 13,8 en el año 2017 (Carbó y Rodríguez, 2017). No obstante, aún se está por detrás de la media europea (15,7). El progreso en estos años

ha sido más modesto en la dimensión relacionada con el uso de Internet, según los indicadores DESI, ya que ha aumentado solo una décima, pasando de 5,9 en 2014 a 6 en 2017, mientras que la media europea se sitúa en unos valores de 7,4, siendo Dinamarca el país que encabeza la clasificación con un valor de 12,5.

Conocer la evolución del comercio *online* de un país es interesante para analizar su cultura financiera, ya que conlleva el uso de medios de pago electrónicos y, por tanto, el componente de la práctica. En nuestro estudio, el 71,72% de los encuestados realiza compras por Internet (gráfico III.2.1), bien sea de manera esporádica o continuada (no se ha preguntado por la intensidad), de modo que la población encuestada arroja unos niveles similares a los de países de nuestro entorno, según lo indicado en el punto 1.5 del capítulo II.

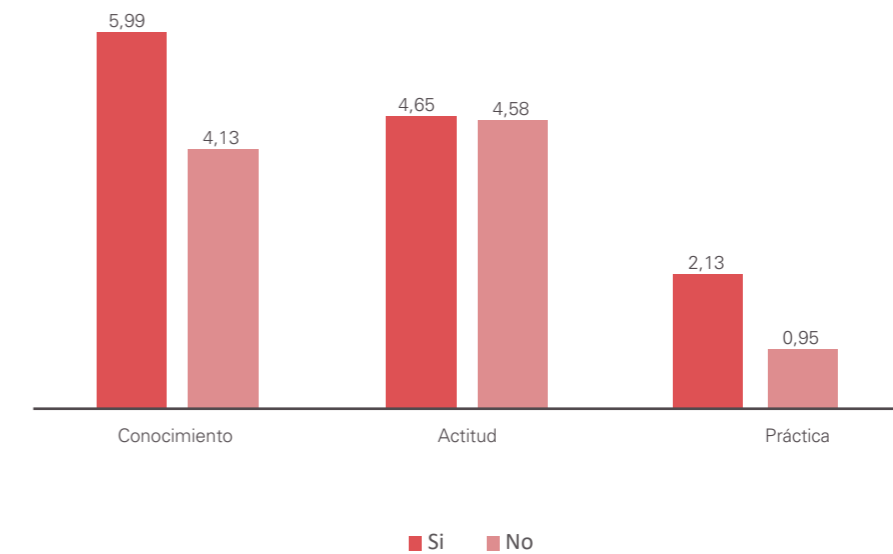
Gráfico III.1.1. Realización de compras a través de internet



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

A partir de estos datos, se puede relacionar el uso de Internet con la cultura financiera en el momento que el individuo realiza actividades financieras dependiendo de sus conocimientos, su actitud y la práctica financiera. Todo ello se presenta en el gráfico III.1.2.

Gráfico III.1.2. Niveles de conocimiento, actitud y práctica atendiendo a la utilización o no de Internet para realizar compras (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Se detectan diferencias significativas tanto en la media del conocimiento como de la práctica, siendo siempre superiores los valores de los que sí utilizan Internet para comprar ( $t=8,83$ ;  $p<0,01$  para conocimiento;  $t=26,10$ ;  $p<0,01$  para práctica). En cambio, en el caso de la actitud, los valores medios entre los que compran y los que no lo hacen a través de Internet no difieren de manera significativa.

### 1.3. La práctica en las *fintech*

El estudio de ANZ (2015) es de los pocos que ofrece información sobre los hábitos financieros de una población, en este caso la australiana, relacionados con tipos de dispositivos utilizados en las *fintech*. En esa población se ha observado un aumento en el uso de la banca *online* a lo largo del tiempo, llegando a alcanzar en 2014 niveles del 75% que parecen estar relacionados con el uso de dispositivos móviles (móviles y tabletas). El estudio documenta un importante aumento, del 14% en 2011 al 53% en 2014, para todo tipo de gestiones financieras incluidas las compras.

El uso de dispositivos móviles en España también ha experimentado un incremento muy importante en los últimos años. Su utilización, tanto para llevar a cabo operaciones con entidades financieras como para otro tipo de tareas, ha crecido en todas las franjas de edad y niveles de ingresos, lo que lleva a pensar que las barreras actuales de uso de Internet no son físicas, ni tampoco de actitud, sino que están relacionadas con la extensión de la práctica financiera con estos dispositivos, es decir, con su propagación y el nivel de conocimientos financieros de los individuos.

En el cuestionario, se plantearon una serie de preguntas con el objetivo de caracterizar a la población en función del acceso por medio de distintos dispositivos para llevar a cabo operaciones en el campo de las finanzas [P24-31]. En este sentido, se han observado diferencias muy marcadas en el uso de los dispositivos en función de la tarea a realizar: obtener información, contratar o comprobar productos financieros [P. 24], tal y como se ha detallado en el apartado mencionado. A continuación y con el fin de analizar la dimensión de la práctica al utilizar las *fintech*, se han desarrollado dos indicadores que reflejan dos componentes culturales presentes en las respuestas de la encuesta: el componente relacionado con el canal que se utiliza en la práctica financiera y el componente que tiene que ver con el medio de pago que se emplea en las operaciones financieras.

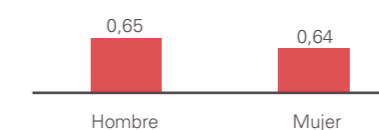
#### 1.3.1. Práctica *fintech* según el canal utilizado

La práctica *fintech* está relacionada con los canales utilizados por la población para informarse, para comprobar movimientos o para contratar productos y servicios. Para captar esta práctica se ha elaborado el componente denominado “práctica *fintech*-canal” (componente 3 de la práctica financiera, tabla IV.3.; Anexo IV) oscila entre los valores 0 y 2,5, y para su formación se ha diferenciado entre tres canales: a) utilización de canales tradicionales -sucursal bancaria y teléfono-, b) utilización de canales de sofisticación media -correo electrónico y la web de la entidad financiera- y, c), utilización de medios más avanzados como son las *apps*. De igual manera, se ha considerado más avanzada la actividad de contratación que la de comprobación y obtención de información.

El componente “práctica *fintech*-canal” es una buena medida del comportamiento de los encuestados en relación con la utilización de las *fintech*. A partir de él se pueden examinar las diferencias que presenta la población considerada según las características demográficas (género, edad, educación y situación laboral) y financieras (ahorro y riesgo), siguiendo la misma pauta establecida para el análisis de las tres dimensiones generales que se ha realizado en el capítulo II.

Con respecto al género, no hay diferencias significativas, lo que indica que, como es una práctica reciente, la brecha de género no se ha mantenido [gráfico III.1.3].

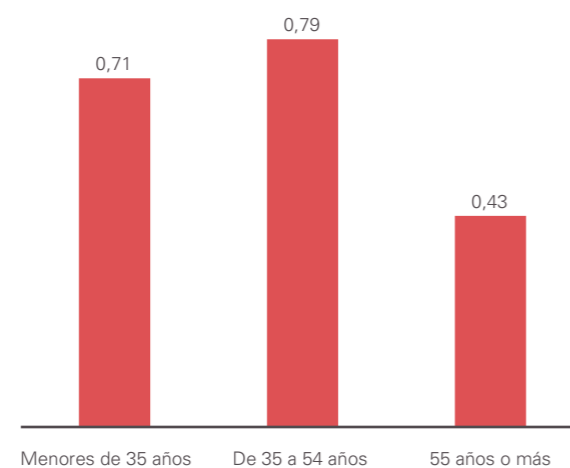
Gráfico III.1.3. La práctica *fintech*-canal por género (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Relacionando los valores de este componente con la edad de los individuos, se observa cómo la diferencia generacional en el uso de canales más innovadores para relacionarse con las entidades financieras es importante [gráfico III.1.4]. Los menores niveles de este indicador los presentan el grupo de personas con 55 años o más (valor medio de 0,43), mientras que los menores de 35 se sitúan en un valor intermedio (0,71) y los que tienen entre 35 y 54 presentan una práctica *fintech* significativamente superior (0,79) [gráfico III.1.4] ( $F=103,10$ ;  $p<0,01$ ). Las diferencias entre estos tres grupos de población son importantes y significativas desde el punto de vista estadístico, y coinciden con la premisa de una brecha digital en la población de mayor edad.

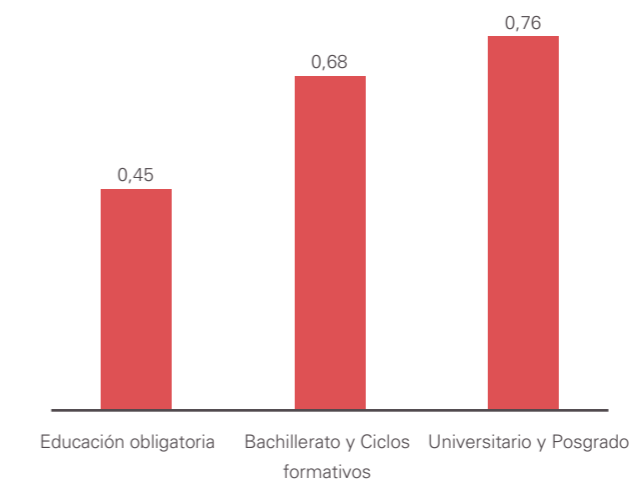
Gráfico III.1.4. La práctica *fintech*-canal por edad (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

El uso de canales más innovadores para realizar actividades más complejas se encuentra claramente relacionado con el nivel de estudios y presenta diferencias estadísticamente significativas ( $F=78,18$ ;  $p<0,01$ ). A mayor nivel educativo se da un uso de canales más avanzados desde el punto de vista tecnológico, de lo que se desprende que el nivel de estudios también explica la brecha digital en la población [gráfico III.1.5], y que el componente de nativo digital no se debe tomar como esencial.

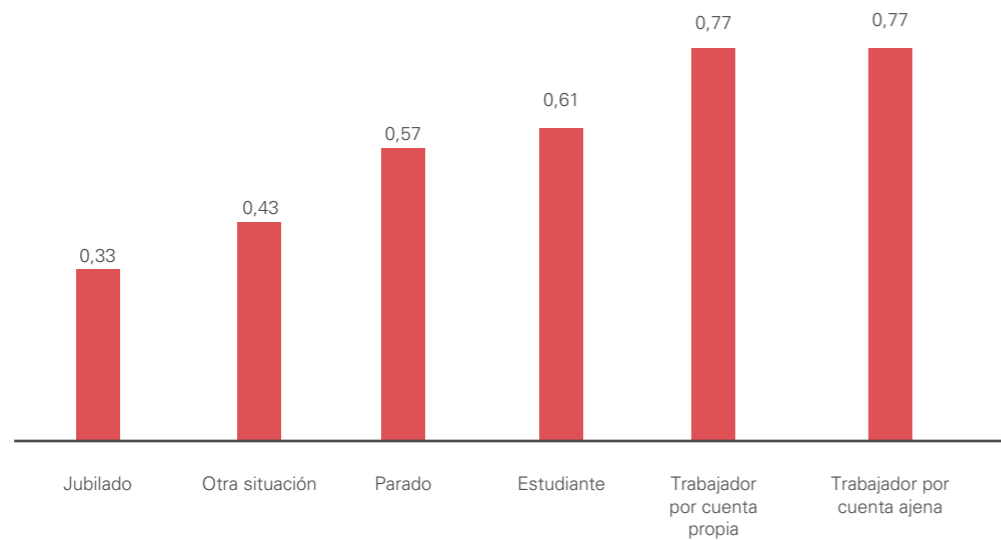
Gráfico III.1.5. La práctica *fintech*-canal según el nivel de estudios (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

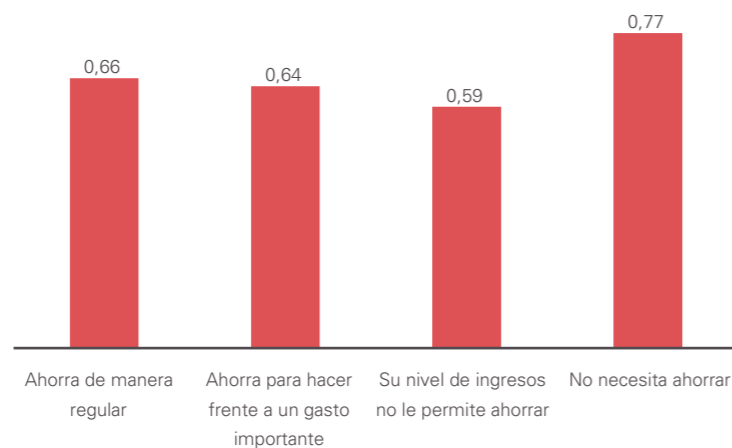
La situación laboral es otra de las características que explican comportamientos diferenciados en la población en cuanto a niveles de conocimientos financieros, actitud y práctica financiera. Al cruzar la situación laboral con los niveles de la práctica *fintech* se comprueba la existencia de tres grupos estadísticamente diferentes [gráfico III.1.6] ( $F=49,85$ ;  $p<0,01$ ).

Los que menos utilizan las nuevas tecnologías financieras son los jubilados y las personas que se encuadran en 'otra situación'. Lo que refuerza la hipótesis de la exclusión de las *fintech* por edad. En un segundo grupo están los parados y los estudiantes. El grupo que presenta mayor nivel en la práctica *fintech* es el de los trabajadores, independientemente que sean por cuenta propia o por cuenta ajena.

Gráfico III.1.6. La práctica *fintech*-canal según la situación laboral (valores medios)

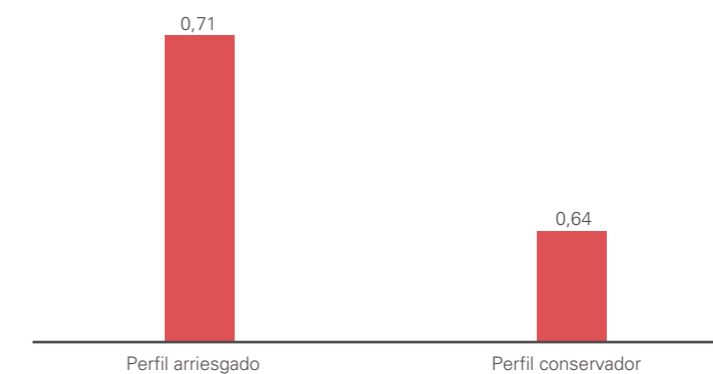
Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Los diferentes perfiles de ahorro no ofrecen diferencias significativas entre ellos [gráfico III.1.7]. Posiblemente, la explicación resida en el hecho de que los productos relacionados con el ahorro se siguen contratando de manera tradicional y solo a partir de una cierta edad se inicia el ahorro y la adquisición de planes de pensión y ahorro.

Gráfico III.1.7. La práctica *fintech*-canal según el perfil de ahorro (valores medios)

Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Sin embargo, en lo que hace referencia al perfil de riesgo, sí hay diferencias significativas, presentando mayor práctica *fintech* los individuos de perfil más arriesgado, aunque dicha diferencia no presenta un nivel de confianza muy elevado ( $t=2,03$ ;  $p<0,05$ ) [gráfico III.1.8]. De nuevo, como en el caso de los productos relacionados con el ahorro, la contratación se hace de forma mayoritariamente tradicional, pero ya es habitual que para productos con mayor riesgo se prefiera utilizar aplicaciones digitales que reducen los costes de intermediación.

Gráfico III.1.8. La práctica *fintech*-canal según el perfil de riesgo (valores medios)

Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

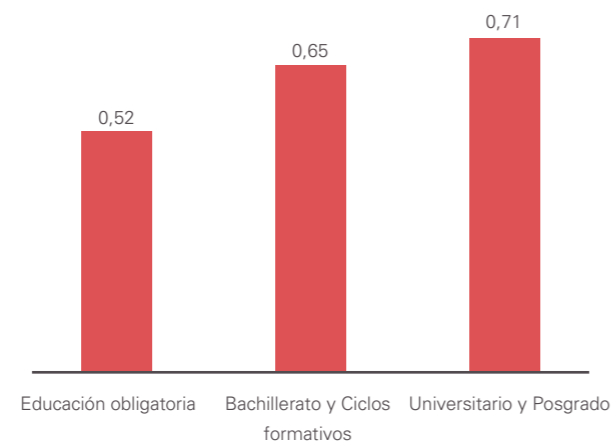
### 1.3.2. Práctica *fintech* según el medio de pago utilizado

Del análisis de los datos se desprende que el uso de medios de pago más sofisticados – como las criptomonedas – es mayor en los hombres que en las mujeres (valor medio de 0,7 frente a 0,62). Las diferencias son significativas ( $t=2,69$ ;  $p<0,01$ ). Como era de prever, los individuos de mayor edad (55 años o más) son los que menos nivel de sofisticación en el sistema de pagos por internet muestran, de hecho, presentan diferencias estadísticamente significativas frente a los otros grupos de edad ( $F=10,15$ ;  $p<0,01$ ). Éstas son las características generales que presenta esta práctica de acuerdo con las variables socioeconómicas. Ahora bien, en esta práctica hay que destacar lo que sucede con respecto al nivel de estudios



medios en comparación a lo que sucedía con la práctica *fintech*-canal.

Gráfica III.1.9. La práctica *fintech*-medio de pago según nivel de estudios (valores medios)



Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

El nivel educativo está muy relacionado con la sofisticación de los medios de pago en Internet. Los individuos con menor nivel de estudios (solo estudios obligatorios) presentan valores medios más bajos que la población con estudios no obligatorios, y esa diferencia es importante y significativa ( $F=11,26$ ;  $p<0,01$ ) [gráfico III.1.9]. En el caso de los individuos con estudios superiores, tienen mayor nivel de sofisticación en los medios de pago que los de nivel educativo intermedio, pero esta diferencia no es estadísticamente significativa. Esto indica que la población con estudios medios ya está acostumbrada a ejecutar los medios de pago que les ofrecen las *fintech*, y que tal vez muestre menos reticencias que algunos de los individuos con estudios superiores. Esto hace que la brecha digital no sea notoria como ocurría en el caso del canal [gráfico III.1.5], donde los individuos con estudios superiores hacían mayor uso de las *fintech*.

#### 1.4. Percepción sobre los riesgos de seguridad y las ventajas que ofrecen las *fintech*

Los bajos niveles de confianza en el caso de la seguridad son importantes, ya que, como señala el estudio de Funcas (2017), la percepción de la seguridad en el servicio *online* por parte de los clientes es un factor determinante en el uso de las *fintech*. En este sentido, cuando se llevó a cabo la consulta a los expertos, se detectaron dos preocupaciones principales sobre el uso de nuevas tecnologías aplicadas a las finanzas: De un lado, la pérdida de empleos en el sector; de otro, la falta de control que los usuarios tienen sobre sus datos personales, lo que a su juicio, provocará en el futuro inmediato unos bajos niveles de confianza en las herramientas relacionadas con las *fintech*. En este sentido, los expertos creen que muchos usuarios no tienen conciencia de que el uso de dispositivos y aplicaciones en Internet implique la existencia de problemas de seguridad y tráfico de información personal. El presente estudio refrenda parcialmente esta percepción de los expertos. Solo aquellos que toman medidas de seguridad y llevan a cabo operaciones desde sus propios dispositivos son los que opinan que las nuevas tecnologías no solo facilitan las operaciones financieras, sino que éstas se hacen bajo entornos de seguridad.

Ahora bien, en un contexto general, los valores medios sobre el análisis de ventajas y de riesgos están muy equilibrados. En la encuesta se preguntaba por la percepción que tenían los individuos sobre las nuevas posibilidades que abren las *fintech* y los riesgos en la seguridad. Se les pidió que valoraran de 0 a 10 el grado en el que el uso de nuevas tecnologías financieras podría facilitar una serie de aspectos tales como la seguridad, la realización de operaciones, la creación de nuevos productos, el grado de comprensión de la información, el acceso a nuevas fuentes de financiación y la posible comercialización de los datos personales.



En general, los valores medios de las respuestas se encuentran por encima de 5 en todos los casos. Como ya se indicó en el Capítulo II, el valor más alto está en un 7,54, que es el ítem referido a la facilidad para realizar operaciones financieras [gráfico II.1.20]. La mayoría de los encuestados percibe de manera clara que las *fintech* les facilitan acceder a nuevos productos y a mejor información financiera, y todo ello de manera más segura (valores por encima del 5,7 en todos los casos, ver gráfico II.1.20). En consecuencia, los entrevistados son conscientes de las principales ventajas de las *fintech*. A la vez, son conocedores de la posibilidad de que se produzca una comercialización con los datos personales, percepción que alcanza valores medios de 7,16. Estos datos se alejan en cierta medida de trabajos previos llevados a cabo hace tiempo, como el de Forsythe y Shi (2003).

En lo que se refiere a las respuestas en función del género, la edad y los estudios, hay algunas diferencias. Las diferencias en la percepción de las ventajas y riesgos de las *fintech* son significativas entre hombres y mujeres, aunque no para todas las situaciones propuestas en el cuestionario. Las mujeres consideran en mayor medida que los hombres que las nuevas tecnológicas facilitan la creación de productos financieros ( $t=2,35$ ;  $p<0,05$ ), el acceso a fuentes de financiación alternativas ( $t=2,47$ ;  $p<0,05$ ) y la comercialización de datos personales de los usuarios ( $t=2,34$ ;  $p<0,05$ ). Para el resto de las cuestiones no existen diferencias significativas. Si se analiza la percepción de estas cuestiones teniendo en cuenta la edad, apenas se encuentran diferencias significativas para ninguno de los aspectos trabajados, aunque, de manera general, las personas de 55 o más años son las más escépticas ante las ventajas que presentan las *fintech*. Tampoco el nivel de estudios es un factor especialmente relevante para establecer diferencias en relación con los beneficios que aportan las *fintech*. Ahora bien, de manera general, en aquellas que difieren de forma significativa se puede señalar que a mayor nivel de estudios mejor percepción de las nuevas tecnologías en el ámbito financiero.

La encuesta refleja una situación cambiante. Con el paso del tiempo y las experiencias de comprar *online* u organizar las finanzas desde las aplicaciones de gestión *online* de los bancos, los ciudadanos asumen cada vez mayores medidas de precaución. No obstante, la expectativa de los individuos es que la seguridad venga dada tanto por el proveedor del servicio como por la operadora, de modo que no tenga que ser ellos los que deban ocuparse. Esta dejación hace que aún sean pocos los que utilizan medidas para preservar su anonimato. En este sentido, es poco habitual abrir sesiones de incógnito para evitar seguimientos y se facilita con asiduidad la fecha de nacimiento y el número de teléfono móvil. De hecho, los encuestados más despreocupados (los que guardan sus claves en el navegador y acceden a través de redes abiertas) hacen una dejación notable de la responsabilidad y, en consecuencia, tienen como principal preocupación la reputación de la entidad financiera a la que está vinculada el pago.

Sin embargo, la mayoría ya solo utiliza sus dispositivos personales para entrar en las aplicaciones y hacer gestiones financieras. En el mismo sentido, el acceso a través de redes abiertas parece ser residual, las claves raramente se guardan en el navegador, muchos son reacios a dar el número de cuenta o de tarjeta y muchos más lo son a relevar su perfil en las redes sociales. Son los individuos que tienen más precaución, caracterizados por utilizar dispositivos propios y abrir sesiones de incógnito, los que además tienen en cuenta la reputación del banco y les importa la seguridad de la conexión que tiene la web en la que están comprando.

Sobre los temas relacionados con la información personal que se están dispuestos a ceder, no hay diferencias significativas importantes en cuanto a género, solo la presenta el hecho de dar el número de cuenta, donde encontramos más mujeres de las esperadas ( $\chi^2=8,01$ ;  $p<0,01$ ). La edad de la población resulta ser una variable explicativa de su comportamiento en Internet y arroja diferencias significativas. La población más joven es la que está más dispuesta a dar todo tipo de información ( $\chi^2=107,98$ ;  $p<0,01$  para fecha

de nacimiento;  $\chi^2=71,45$ ;  $p<0,01$  para el número de móvil;  $\chi^2=96,67$ ;  $p<0,01$  para el número de cuenta o de tarjeta y  $\chi^2=139,89$ ;  $p<0,01$  para el perfil en redes sociales). En lo referente al nivel de estudios, aquellos que tienen menos formación presentan un grado de confianza significativamente menor en todos los aspectos consultados, hecho que no sucede en todas las ocasiones entre los universitarios y los que alcanzaron el Bachillerato o equivalente ( $\chi^2=5,37$ ;  $p<0,01$  para ceder fecha de nacimiento;  $\chi^2=26,83$ ;  $p<0,01$  para el número de móvil;  $\chi^2=34,59$ ;  $p<0,01$  para el número de cuenta o de tarjeta y  $\chi^2=25,72$ ;  $p<0,01$  para el perfil en redes sociales).

El nivel de estudios pasa así a ser una cuestión clave en los dos componentes de las *fintech* y en la relación seguridad/confianza que el individuo mantiene con la parte del sistema financiero bajo la revolución digital. Sin embargo, no todo se reduce a una cuestión de nivel de formación y, por ende, de conocimientos. Al adoptar una visión amplia de cultura financiera surge una cuestión clave: ¿una sociedad informada y educada puede quedarse al margen de la participación directa en el fomento de su propia cultura financiera?

## 2. Participación ciudadana en el fomento de la cultura financiera: el servicio independiente de asesoramiento financiero

En respuesta a la pregunta con la que finalizaba el apartado anterior, es relevante indicar que, según se deduce de la encuesta, existe un alto consenso entre los individuos (94,2%) con respecto a la necesidad de crear un servicio que asesore a la ciudadanía en cuestiones de economía y finanzas, que sea ajeno a las entidades financieras [gráfico III.2.1] y, como se verá, con notable implicación ciudadana.

Gráfico III.2.1. Opinión sobre la necesidad de crear un servicio para asesorar sobre economía y finanzas (porcentajes)

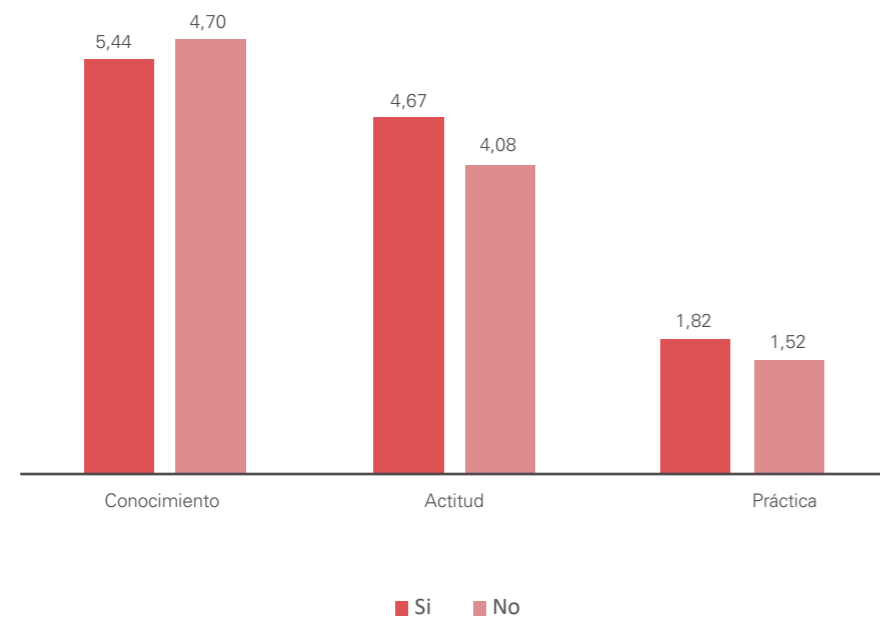


Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Una vez detectada esta demanda cabe analizar hasta qué punto hay diferencias significativas entre los individuos en función de su nivel de cultura financiera. Con respecto a la dimensión del conocimiento, no existe una separación significativa entre los que consideran necesario este servicio y los que no, aunque la relación entre conocimiento y demanda del servicio es inversa, es decir, los “legos” solicitan el servicio en mayor medida que los “entendidos”. En cambio, aunque no son muy marcadas tales diferencias, sí se producen en el caso de la actitud ( $t= 2,33$ ;  $p< 0,05$ ) y de la práctica

financiera ( $t= 2,36$ ;  $p< 0,05$ ) y la relación es, además, a favor [gráfico III.2.2]. Esto indica que los “entendidos” en práctica y con una actitud más positiva ante el mundo financiero son los que más reclaman un servicio de asesoramiento.

Gráfico III.2.2. Valores medios de las tres dimensiones de la cultura financiera atendiendo a la necesidad de la existencia del servicio de asesoramiento financiero



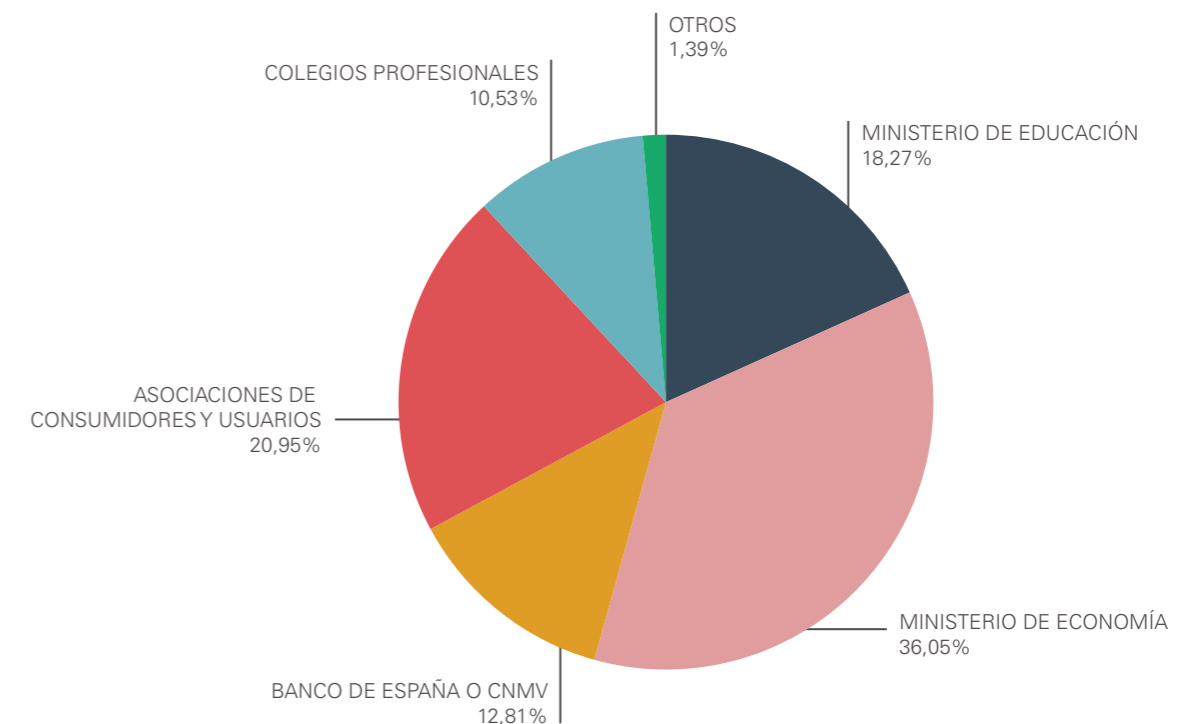
Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Partiendo de los resultados que indican la relevancia de la práctica y la actitud en el reclamo de este servicio, una de las decisiones más importantes que se debería tomar, si se pusiera en marcha, sería la institución de la que debería depender [gráfico III.2.3] para reforzar la actitud positiva hacia la creación del servicio. En ese sentido, una mayoría de los encuestados (36,06%) opina que la gestión debería recaer en el Ministerio de Economía y no, como probablemente surgiría de la propia Administración y de la opinión de los expertos, de dentro de la estructura del Banco de España o de la CNMV.<sup>9</sup> Además, frente

<sup>9</sup> Estos organismos ya tienen en marcha iniciativas destinadas a mejorar la alfabetización financiera de la población española (por ejemplo, el ‘Financial Education Plan 2013-2017’ promovido conjuntamente por la CNMV y el Banco de España).

a situarlo en el Banco de España o la CMMV, si se suma la siguiente opción más valorada (asociaciones de consumidores, 20,95%) a la de los dos ministerios se llega al 75,27% a favor de que el servicio esté alejado de las instituciones públicas más ligadas al sistema financiero.

Gráfico III.2.3. Institución de la que debe depender el servicio de asesoramiento financiero (porcentajes)

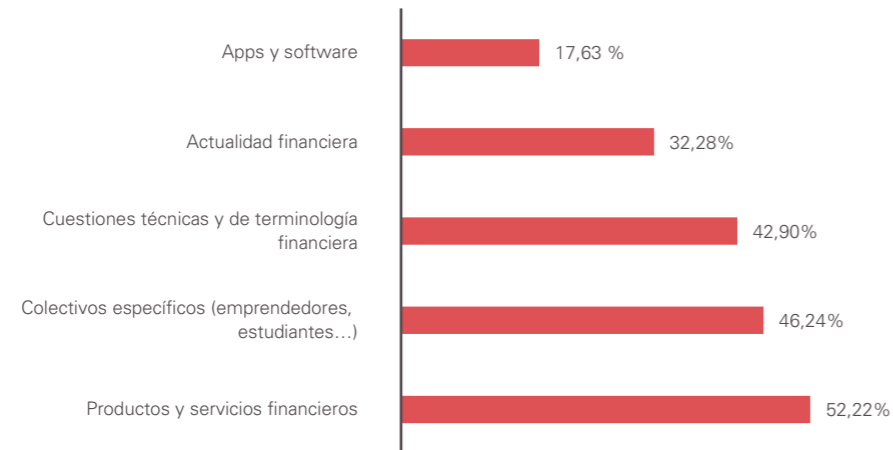


Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Nota: solo se han tenido en cuenta los individuos que manifestaron la necesidad de la existencia de un servicio de asesoramiento sobre economía y finanzas.

Con respecto a los temas que debería tratar el servicio de asesoramiento financiero los, encuestados se decantan, primero, por el asesoramiento en productos y servicios (52,2%), luego por la labor de aconsejar a los colectivos específicos, como pueden ser los emprendedores o los préstamos al estudio (46,2%). La aclaración de la terminología y de las cuestiones técnicas ocupa el tercer lugar en las demandas (42,9%) [gráfico III.2.4].

Gráfico III.2.4. Temas que debería tratar el servicio de asesoramiento financiero (porcentaje de



encuestados a favor)

Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Nota: solo se han tenido en cuenta los individuos que manifestaron la necesidad de la existencia de un servicio de asesoramiento sobre economía y finanzas. La suma es mayor del 100% porque los encuestados podían marcar más de una opción.

Una vez estimada la necesidad de contar con un servicio de asesoramiento, cabe entrar en una cuestión clave, la implicación ciudadana. Con respecto a la disposición a participar indicando los temas a tratar por el servicio, los encuestados se decantan a favor en un 54,20%. Es difícil establecer una comparación de este dato surgido del trabajo previo con los expertos con otros estudios, ya que no ha sido una cuestión consultada previamente. En cualquier caso, resulta alentador que más de la mitad de los entrevistados estén dispuestos a comprometerse, y con ello a ser partícipe de la mejora de la cultura financiera de sociedad.

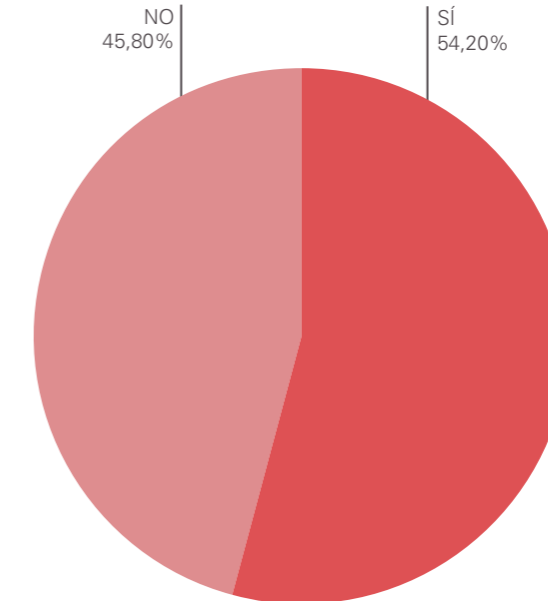


Gráfico III.2.5. Disposición a participar ayudando a decidir los temas a tratar por el servicio de asesoramiento financiero

Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Nota: Solo se han tenido en cuenta los individuos que manifestaron la necesidad de la existencia de un servicio de asesoramiento sobre economía y finanzas.

Por otra parte, cuando se pregunta a los encuestados por su voluntad de participación en el servicio de asesoramiento financiero, encontramos diferencias significativas en las tres dimensiones que componen la cultura financiera, siendo siempre superiores para aquellos que están dispuestos a participar ( $t= 8,00$ ;  $p< 0,01$ ; para conocimiento,  $t= 20,012$ ;  $p< 0,01$ ; para actitud y  $t= 8,15$ ;  $p< 0,01$  para práctica) [gráfico III.2.5]. Esto supone que, a mayor grado de cultura financiera, mayor disposición a participar en el servicio. Ahora bien, un alto porcentaje de encuestados (45,80%) no está dispuesto a participar y la principal razón que esgrime es la falta de conocimientos (65,10%) [gráfico III.2.7].

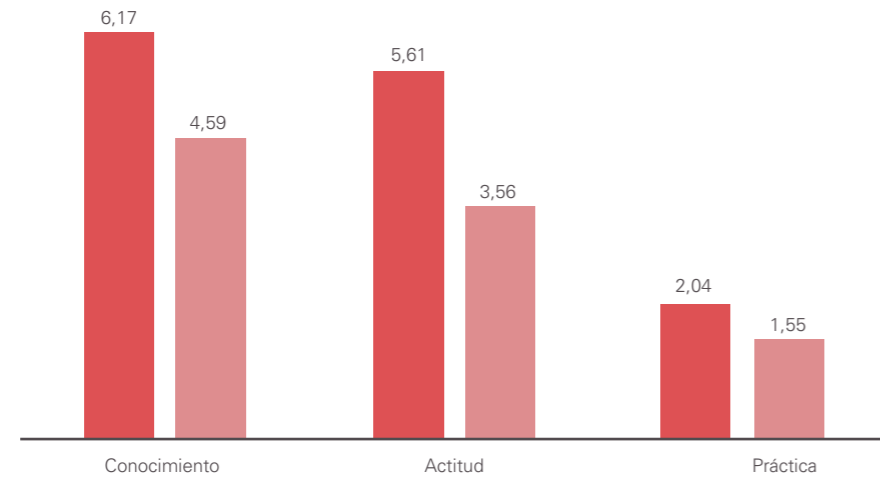


Gráfico III.2.6. Valores medios de las tres dimensiones de cultura financiera atendiendo a la voluntad de participar en el servicio de asesoramiento financiero

Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Nota: solo se han tenido en cuenta los individuos que señalaron que debe existir el servicio de asesoramiento (Sí en P12.)

Aunque durante la realización de las encuestas se trató de explicar a los encuestados que no era necesario tener una formación específica en finanzas para colaborar en el comité ciudadano para la promoción de la cultura financiera, el hecho de la falta de conocimientos y posiblemente una baja práctica y la reticencia hacia los temas financieros condicionan la respuesta. A esto hay que sumar los que alegan falta de interés (17,2%) y falta de tiempo (34,4%). Conocer en profundidad las razones de esta respuesta es enfrentarse a los escollos de la implicación social en la cultura financiera. Además, tan solo un 3,5 % de aquellos que ni siquiera participarían desconfía de la iniciativa [gráfico III.2.7].

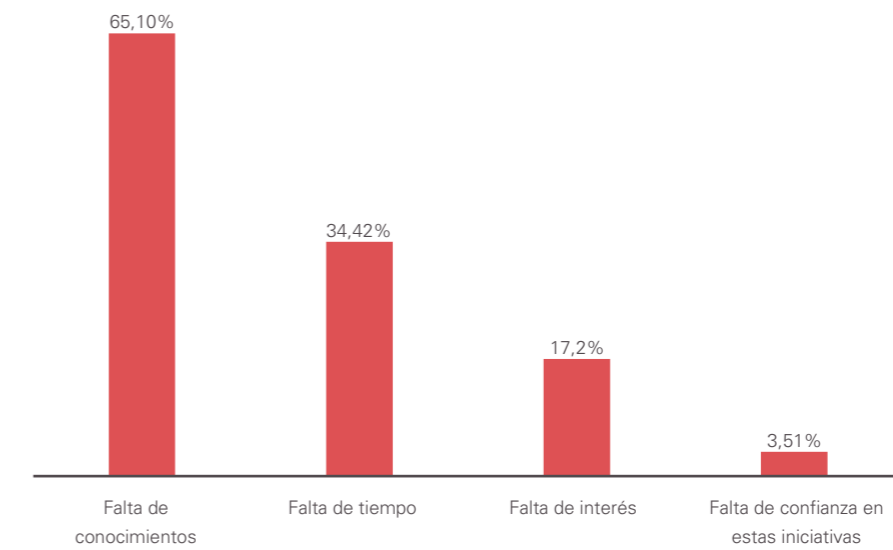


Gráfico III.2.7. Razones alegadas para no participar en el servicio de asesoramiento financiero

Fuente: elaboración a partir de la encuesta realizada

Nota: Solo se han tenido en cuenta los individuos que no estaban dispuestos a participar en el servicio de asesoramiento sobre economía y finanzas. La suma es mayor del 100% porque los encuestados podían marcar más de una opción.

En este apartado se han presentado las características que debería tener un potencial servicio independiente de asesoramiento financiero, cuya recomendación fue indicada por los expertos en el estudio cualitativo previo a la presente investigación. Se ha detectado que la población encuestada considera casi en su totalidad la pertinencia de crear un servicio que asesore a la ciudadanía en cuestiones de economía y finanzas, pero también considera en buena parte que este servicio debe ser ajeno a las entidades financieras y que debería depender de organismos públicos no directamente implicados en el sistema financiero como el Banco de España o la CMMV. Con respecto a los temas de los que debería asesorar, los encuestados se decantan por reforzar la dimensión de la práctica de la cultura financiera. Por último, se ha medido el porcentaje de población que estaría dispuesta a implicarse de alguna manera en el servicio, llegando a superar el 50%. La principal reticencia aducida es carecer de conocimientos necesarios, lo que denota que aún se tiene una actitud muy

# CONCLUSIONES

Una de las principales conclusiones derivada de la revisión bibliográfica es la constatación de que la población española cuenta con un bajo nivel de conocimientos financieros en comparación con otros países de su entorno. Confirmar este hecho con una nueva encuesta sobre alfabetización financiera no permitiría plantear nuevas preguntas acerca de la importancia de esa carencia, de sus causas y de las posibles soluciones. Sin embargo, al proponer, como se hace en el presente estudio, que el conocimiento es solo una parte de la cultura, se abre un nuevo enfoque. Los conocimientos financieros no pueden analizarse separados de la percepción predominante entre los ciudadanos acerca del sistema que los genera (la actitud) y de la manera en la que estos los utilizan (la práctica).

Este estudio aplica, por primera vez, el concepto de cultura financiera, para realizar una encuesta representativa de la población española. Se trata de un análisis integral sobre los conocimientos, prácticas y actitudes predominantes acerca del sistema financiero en nuestro país.

En segundo lugar, el trabajo sugiere que un mayor nivel de conocimientos financieros está asociado a: a) unas mejores y más sofisticadas prácticas financieras, b) unas actitudes más favorables, pero también más críticas, hacia el sistema financiero y c) una mejor autoevaluación de lo que en realidad se sabe frente a lo que se cree saber.

La tercera conclusión es que la participación activa en la gestión financiera deriva en una mejora en el nivel de los conocimientos financieros de los individuos. La relevancia de la práctica ya se ha señalado en estudios previos y es parte de las hipótesis que han sustentado los programas de alfabetización financiera puestos en marcha en distintos contextos geográficos durante el último decenio.

El análisis pormenorizado de las diferentes dimensiones muestra que la práctica resulta fundamental como herramienta para adquirir y fijar los conocimientos financieros, a la par

que facilita la transmisión de conocimientos complejos. En consecuencia, es imprescindible pasar del concepto de alfabetización financiera al de cultura financiera. En este sentido, se puede completar esta tercera conclusión con el hecho de que, si bien la formación financiera recibida por los individuos durante la etapa de Educación Básica resulta fundamental para asentar unos mínimos conocimientos financieros, las acciones formativas que transmiten conocimientos más complejos mejorarían su eficacia si se impartieran durante la edad adulta, cuando los individuos disponen de recursos y tienen la necesidad de gestionarlos.

Si la práctica supone una dimensión clave es posible afirmar, como cuarta conclusión, que, de las tres dimensiones, es la actitud la que funciona de manera más independiente. La actitud cambia cuando se puede ahorrar regularmente o se tiene un perfil relativamente arriesgado a la hora de invertir. Poder ahorrar e invertir con un cierto nivel de riesgo y seguridad parecen ser claves para entender la actitud. Así, no es de extrañar que los mayores de 55 años, que presentan el nivel de conocimiento más bajo, tengan mejor actitud que los individuos de entre 35 y 45 años.

Respecto a la actitud, ha resultado esencial conocer la opinión de los entrevistados sobre la posibilidad de crear un servicio de asesoramiento financiero independiente. La demanda cuasi unánime de este servicio revela la necesidad de dotar al sistema financiero de organismos de interfaz con objeto de mejorar la confianza existente entre dichos usuarios y los diversos agentes del sistema financiero. El ciudadano, y esta sería la quinta conclusión, reclama un ámbito de confianza público e independiente del sistema financiero que, fundamentalmente, asesore en temas prácticos relacionados con los productos y servicios financieros para ahorrar e invertir.

El estudio se cierra con el análisis de las *fintech*. Una sexta conclusión es la percepción generalizada entre la población española, de que el uso de nuevas tecnologías en el sector financiero facilita la actividad financiera, a su vez que es consciente del riesgo de

comercialización de los datos personales de los usuarios.

Aunque el mayor aporte del presente estudio es introducir el concepto de cultura financiera y mostrar los primeros datos sobre las dimensiones que la componen, lo cierto es que una encuesta como la realizada ofrece la posibilidad de describir, pormenorizadamente, los diferentes aspectos de la cultura financiera de la población en función de las distintas variables sociodemográficas recogidas. Sería prolijo detallar todos los aspectos descritos, especialmente en el segundo capítulo, pero merece la pena destacar la existencia de tres brechas a modo de reflexión final:

a) Relativa permanencia de la brecha de género:

- Las mujeres españolas presentan niveles más bajos de conocimientos económico-financieros que los hombres, siendo la práctica menos sofisticada, y también peores sus actitudes en todas las franjas de edad y niveles formativos.
- La brecha desaparece en las cohortes más jóvenes y en los temas más ligados a las nuevas tecnologías.

b) Existencia de brechas generacionales:

- Los individuos con edades comprendidas entre los 34 y 45 años son los que registran valores más altos en las tres dimensiones.
- Un sector importante de la población, los mayores de 55 años, se encuentra en una situación de peligro de exclusión en el entorno de las nuevas tecnologías financieras.
- Por el contrario, la población joven, con nivel educativo medio-alto es la más dinámica en el uso de medios digitales para la realización de operaciones financieras y medios de pago tecnológicamente más avanzados.



c) Constatación de una brecha en función de la actividad económica:

- Los trabajadores por cuenta propia se sitúan a la cabeza en conocimientos, actitudes y prácticas, por delante de los trabajadores por cuenta ajena, los estudiantes y los jubilados.

Por último, cabe indicar que este estudio abre nuevas líneas de investigación.

a) Es aconsejable dar continuidad a los trabajos para conocer la evolución de los resultados y de los indicadores que se han construido. De este modo, se podrán establecer tendencias, así como comparaciones con otros países.

b) Se necesita saber cómo se conforma la actitud de una población hacia su sistema financiero. En este punto caben dos perspectivas para analizar la actitud:

- La perspectiva histórica. Las crisis financieras, los escándalos, los pánicos y las bonanzas dejan huella y modifican las actitudes de las poblaciones frente al dinero, tal y como señalan Kindleberger y Aliber (2012).
- La perspectiva sociológica. Se puede analizar el peso que tienen los medios de comunicación, las redes sociales y la comunicación sobre asuntos económicos por parte de autoridades políticas y partidos en la configuración de la imagen pública sobre el sistema financiero.

c) El futuro del sector financiero es digital (Escalante, González y García et al., 2017) y es necesario conocer cómo evoluciona, paralelamente, la cultura financiera de los ciudadanos y las *fintech*, especialmente en el tema de la seguridad. La actitud de los ciudadanos ante un creciente uso del *big data* para desarrollar productos personalizados puede variar rápidamente, al igual que su regulación. En este momento está entrando en vigor la nueva normativa europea sobre la protección de datos que parece tener una clara orientación

hacia la salvaguarda de los derechos de los usuarios, al incluir cuestiones como derecho al olvido o la necesidad de consentimiento con carácter obligatorio para uso de datos.

En definitiva, los resultados obtenidos en este estudio cuantitativo pionero son significativos y permiten obtener una panorámica de la situación de la cultura financiera entre la población española, así como abrir nuevos horizontes en la investigación.

# BIBLIOGRAFÍA

Aibar, E., y Quintanilla, M. Á. (2002). *Cultura tecnológica: Estudios de ciencia, tecnología y sociedad* (Vol. 17). Horsori Editorial, SL.

Aggarwal, R. y Goodell, J. W. (2014). Cross-national differences in access to finance: Influence of culture and institutional environments. *Research in International Business and Finance*, 31, 193-211.

Alesina A. y La Ferrara E. (2002) Who trusts others, *Journal of Public Economy*, 85, 207-234.

Allianz (2017). When will the penny drop? Money, financial literacy and risk in the digital age. 2017 report. *International Pension Papers* 1/2017

ANZ (2015). *ANZ survey of adult financial literacy in Australia*. The Social Research Center. May 2015.

ASIC's (2017). *Australian Financial Attitudes and Behaviour Tracker*. Australian Securities and Investments Commission.

Bauer, M. W. (2009). The evolution of public understanding of science discourse and comparative evidence. *Science, technology and society*, 14 (2), 221-240.

Beal, D. J., y Delpachitra, S. B. (2003). Financial literacy among Australian university students. *Economic Papers: A journal of applied economics and policy*, 22(1), 65-78.

Carbó S. y Rodríguez F. (2017). *Financial digitalisation in Spain: Projections form 2017-2020*. FUNCAS SEFO, 6 (5), 21-36.

Carr, C., y Tomkins, C. (1998). Context, culture and the role of the finance function in strategic decisions. A comparative analysis of Britain, Germany, the USA and Japan. *Management Accounting Research*, 9(2), 213-239.

Castrejón Martín, L. (2017). *Transformación y disrupción digital en la banca y las fintech hacia el modelo de negocio de las plataformas online*. Anuario IEB de Banca digital y fintech 2017, 42-55.

CES (2017). *Informe: nuevos hábitos de consumo, cambios sociales y tecnológicos*. Consejo Económico y Social, Madrid

Chen, H., y Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial services review*, 7(2), 107-128.

Cole, S. A., y Shastry, G. K. (2009). *Smart money: The effect of education, cognitive ability, and financial literacy on financial market participation*. Boston, MA: Harvard Business School, 9-71.

Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) y Banco de España (2013). *Financial Education Plan 2013-2017*, Madrid.

Drexler, A., Fischer, G., y Schoar, A. (2014). Keeping it simple: Financial literacy and rules of thumb. *American Economic Journal: Applied Economics*, 6(2), 1-31.

Eckel, C. C., y Grossman, P. J. (2008). Men, women and risk aversion: Experimental evidence. *Handbook of experimental economics results*, 1, 1061-1073.

Escalante García, M., González Hervás, I., y García Carnicero, J. (2017). *Plataforma de Identidad Digital*. Anuario IEB de Banca digital y fintech 2017, 86-94.

Eurostat (2018) E-commerce statistics; <https://bit.ly/2xIAhUt> (última consulta 06/03/2018).

Farrell, L., Fry, T. R., y Risse, L. (2016). The significance of financial self-efficacy in explaining women's personal finance behaviour. *Journal of Economic Psychology*, 54, 85-99.

Fligstein, N., y Goldstein, A. (2015). The emergence of a finance culture in American households, 1989–2007. *Socio-Economic Review*, 13(3), 575-601.

Forsythe, S. M., y Shi, B. (2003). Consumer patronage and risk perceptions in Internet shopping. *Journal of Business Research*, 56(11), 867-875.

Funcas (2017). *¿Cómo se digitalizan financieramente los españoles? (II): Variedad de usos*. Notas observatorio de la digitalización financiera. FUNCAS 5/2017.

Gathergood, J. (2012). Self-control, financial literacy and consumer over-indebtedness. *Journal of economic psychology*, 33(3), 590-602.

Grimson, A. (2008). Diversidad y cultura. Reificación y situacionalidad. *Tabula rasa*, (8), 45-67.

Grinblatt, M., y Keloharju, M. (2001). How distance, language, and culture influence stockholdings and trades. *The Journal of Finance*, 56(3), 1053-1073.

Hastings, J. S., y Tejada-Ashton, L. (2008). *Financial literacy, information, and demand elasticity: survey and experimental evidence from Mexico*, w14538). National Bureau of Economic Research.

Hira, T.K. (1997). Financial attitudes, beliefs and behaviours: differences by age. *International Journal of Consumer Studies*, 21(3), 271-290.

Jappelli, T., y Padula, M. (2013). Investment in financial literacy and saving decisions. *Journal of Banking & Finance*, 37(8), 2779-2792.

Johnson, E., y Sherraden, M. S. (2007). From Financial Literacy to Financial Capability among Youth. *J. Soc. & Soc. Welfare*, 34, 119.

Karolyi, G. A. (2016). The gravity of culture for finance. *Journal of Corporate Finance*, 41, 610-625.

Kindleberger, C.P. y Aliber, R.Z. (2012). *Manías, pánicos y cracs: Historia de las crisis financieras*. Barcelona: Planeta / Ariel Economía y Empresa.

Knell, M. y Stix, H. (2010). Trust in Banks - Evidence from normal times and from times of crises. *Trusting Banks in a Financial Crisis*, A1-V1, *Verein für Socialpolitik*, Frankfurt a. M.

Klapper, L., y Panos, G. A. (2011). Financial literacy and retirement planning: the Russian case. *Journal of Pension Economics & Finance*, 10(4), 599-618.

Kroeber, A. L., y Kluckhohn, C. (1952). Culture: A critical review of concepts and definitions. *Papers. Peabody Museum of Archaeology & Ethnology*, Harvard University.

Luna, R. B. (2013). El concepto de la Cultura: definiciones, debates y usos sociales. *Revista de Claseshistoria*, (2), 2.

Lusardi, A., y Mitchell, O. S. (2007a). Financial literacy and retirement preparedness: Evidence and implications for financial education. *Business economics*, 42(1), 35-44.

Lusardi, A., y Mitchell, O. S. (2007b). Baby boomer retirement security: The roles of planning, financial literacy, and housing wealth. *Journal of monetary Economics*, 54(1), 205-224.

Lusardi, A., y Mitchell, O. S. (2008). Planning and financial literacy: How do women fare?. *American Economic Review*, 98(2), 413-17.

Lusardi, A., Mitchell, O. S., y Curto, V. (2010). *Financial literacy among the young*. *Journal of consumer affairs*, 44(2), 358-380.

Lusardi, A., y Mitchell, O. S. (2011). *Financial literacy and planning: Implications for retirement wellbeing* (No. w17078). National Bureau of Economic Research.

Lusardi, A., y Tufano, P. (2015). Debt literacy, financial experiences, and overindebtedness. *Journal of Pension Economics & Finance*, 14(4), 332-368.

Mandell, L., y Klein, L. S. (2007). Motivation and financial literacy. *Financial services review*, 16(2), 105.

Noussair, C. N., Trautmann, S. T., y Van de Kuilen, G. (2013). Higher order risk attitudes, demographics, and financial decisions. *Review of Economic Studies*, 81(1), 325-355.

Nuñez Latamendía, L y Silva, A.C. (2017). *Determinantes del comportamiento de la población española frente al ahorro y la inversión*. Resumen Ejecutivo. Centre for Insurance Research

Ochoa Gil, B. (2017). *Anuario IEB de Banca digital y fintech 2017*.

PIAAC (2018). *The financial skills of adults across the world. New estimates from PIAAC*.

Prudential (2014). *The Hispanic American Financial Experience*. The Prudential Insurance Company of America and its affiliates.

Remund, D. L. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *Journal of consumer affairs*, 44(2), 276-295.

Reuter, C. H. (2011). A survey of 'culture and finance'. *Finance*, 32(1), 75-152.

Rutledge, D., y Deshpande, S. (2015). The Influence of Time Orientation on Personal Finance Behaviours. En: *Ideas in Marketing: Finding the New and Polishing the Old*. Springer, Cham. 67-76.

Sancho, R., Morillo, F., De Filippo, D., Gómez, I., y Fernández, M. T. (2006). Indicadores de colaboración científica inter-centros en los países de América Latina. *Interciencia*, 31(4), 284-292.

Sewell, W. H. (2004). The concept (s) of culture. En: *Practicing history*. Routledge. 90-110.

Statman, M. (2008). Countries and culture in behavioral finance. In *CFA Institute Conference Proceedings Quarterly*, 25, 3, 38-44. CFA Institute.

Thompson, J. B. (1990). El concepto de cultura. Ideología y Cultura Moderna. *Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México: UAM Xochimilco, 183-240.

Tylor, E. B. (1976). *Cultura primitiva: Los orígenes de la cultura*. Ayuso.

UCEIF. (2017). *Cultura financiera en España: Entrevistas a expertos actores y difusores*.

Van Rooij, M., Lusardi, A., y Alessie, R. (2011). Financial literacy and stock market participation. *Journal of Financial Economics*, 101(2), 449-472.

West, J. (2012). Financial literacy education and behaviour unhinged: Combating bias and poor product design. *International Journal of Consumer Studies*, 36(5), 523-530.

Xiao, J. J., Sorhaindo, B., y Garman, E. T. (2006). Financial behaviours of consumers in credit counselling. *International Journal of Consumer Studies*, 30(2), 108-121.

## ANEXO I

# Metodología de Muestreo

Tabla I.1 Comunidades autónomas por nivel de confianza en bancos y conocimiento matemáticos

<b>Confianza en bancos CIS nº 3145 (2016) CCAA</b>	<b>Media</b>	<b>CONOCIMIENTOS Matemáticas PISA año 2014 CCAA</b>	<b>Media</b>
Murcia (Región de)	3,4	Navarra	518
Balears (Illes)	3,11	Castilla y León	506
Asturias (Principado de)	3,07	Rioja (La)	505
Castilla y León	3,02	Madrid	503
Castilla - La Mancha	2,96	Aragón	500
Cantabria	2,95	Cataluña	500
Galicia	2,9	Cantabria	495
Canarias	2,85	Galicia	494
Rioja (La)	2,71	País Vasco	492
Madrid (Comunidad de)	2,6	Asturias	492
Comunitat Valenciana	2,57	Cast - La Mancha	486
Extremadura	2,53	C Valenciana	485
Andalucía	2,49	Baleares	476
Aragón	2,49	Extremadura	473
Navarra (Comunidad Foral de)	2,46	Murcia	470
País Vasco	2,21	Andalucía	466
Cataluña	2,12	Canarias	452

Fuente: CIS, 2016; Informe PISA, 2014



Tabla I.2 Individuos incluidos en la muestra por sexo, edad y procedencia

ANDALUCÍA	SEXO	TOTAL	muestra	EDAD	TOTAL	muestra
	<b>Huelva</b>					
Hombres	257.955	26,8	< de 35	105.320	10,9	
			35 a 54	85.324	8,9	
			55 o más	67.310	7,0	
Mujeres	263.064	27,3	< de 35	100.140	10,4	
			35 a 54	85.056	8,8	
			55 o más	77.866	8,1	
<b>Jaén</b>						
Hombres	318.849	33,1	< de 35	128.326	13,3	
			35 a 54	98.180	10,2	
			55 o más	92.341	9,6	
Mujeres	323.091	33,6	< de 35	120.023	12,5	
			35 a 54	94.135	9,8	
			55 o más	108.931	11,3	
<b>Málaga</b>						
Hombres	810.943	84,2	< de 35	319.277	33,2	
			35 a 54	267.753	27,8	
			55 o más	223.914	23,3	
Mujeres	836.208	86,9	< de 35	310.339	32,2	
			35 a 54	268.086	27,8	
			55 o más	257.784	26,8	
<b>Sevilla</b>						
Hombres	951.493	98,8	< de 35	396.189	41,2	
			35 a 54	316.089	32,8	
			55 o más	239.216	24,8	
Mujeres	991.671	103,0	< de 35	381.414	39,6	
			35 a 54	317.388	33,0	
			55 o más	292.871	30,4	
<b>TOTAL Andalucía</b>		<b>4.753.274</b>	<b>493,7</b>		<b>4.753.272</b>	<b>493,7</b>

CANTABRIA	SEXO	TOTAL	muestra	EDAD	TOTAL	muestra
	<b>Cantabria</b>					
Hombres	283.922	29,5	< de 35	97.055	10,1	
			35 a 54	94.273	9,8	
			55 o más	92.593	9,6	
Mujeres	297.555	30,9	< de 35	92.152	9,6	
			35 a 54	92.915	9,7	
			55 o más	112.488	11,7	
<b>TOTAL Cantabria</b>		<b>581.477</b>	<b>60,4</b>		<b>581.476</b>	<b>60,4</b>

CASTILLA Y LEÓN	SEXO	TOTAL	muestra	EDAD	TOTAL	muestra
	<b>Palencia</b>					
Hombres	80.795	8,4	< de 35	25.350	2,6	
			35 a 54	24.863	2,6	
			55 o más	30.582	3,2	
Mujeres	82.255	8,5	< de 35	24.004	2,5	
			35 a 54	23.510	2,4	
			55 o más	34.741	3,6	
<b>Salamanca</b>						
Hombres	163.953	17,0	< de 35	53.336	5,5	
			35 a 54	49.378	5,1	
			55 o más	61.241	6,4	
Mujeres	172.170	17,9	< de 35	50.495	5,2	
			35 a 54	49.471	5,1	
			55 o más	72.205	7,5	
<b>Valladolid</b>						
Hombres	255.802	26,6	< de 35	85.630	8,9	
			35 a 54	84.737	8,8	
			55 o más	85.435	8,9	
Mujeres	267.286	27,8	< de 35	81.977	8,5	
			35 a 54	83.673	8,7	
			55 o más	101.637	10,6	

	<b>Zamora</b>					
	Hombres	88.729	9,2	< de 35	25.272	2,6
				35 a 54	26.003	2,7
				55 o más	37.456	3,9
	Mujeres	89.810	9,3	< de 35	23.789	2,5
				35 a 54	24.165	2,5
				55 o más	41.855	4,3
<b>TOTAL C y L</b>	<b>1.200.800</b>	<b>125</b>		<b>1.200.805</b>	<b>124,7</b>	

	SEXO	TOTAL	muestra	EDAD	TOTAL	muestra
	<b>VALENCIA</b>	<b>Castellón</b>				
	Hombres	282.937	29,4	< de 35	105.045	10,9
				35 a 54	95.071	9,9
				55 o más	82.821	8,6
	Mujeres	286.858	29,8	< de 35	101.324	10,5
				35 a 54	90.891	9,4
				55 o más	94.643	9,8
	<b>Valencia</b>					
	Hombres	1.236.623	128,4	< de 35	467.875	48,6
				35 a 54	416.018	43,2
				55 o más	352.730	36,6
	Mujeres	1.285.399	133,5	< de 35	447.891	46,5
				35 a 54	406.085	42,2
				55 o más	431.421	44,8
<b>TOTAL C.Valenciana</b>		<b>3.091.817</b>	<b>321,1</b>		<b>3.091.815</b>	<b>321,1</b>
<b>TOTAL</b>		<b>9.627.368</b>	<b>1000</b>		<b>9.627.368</b>	<b>1000,0</b>

# ANEXO II

## -

# Questionario

### Cultura Financiera en España

La presente encuesta forma parte de un estudio más amplio sobre Cultura Financiera en España desarrollado por un equipo de investigadores de la Fundación UCEIF de la Universidad de Cantabria, la Universidad de Salamanca y la Fundación 3CIN. El objetivo de este trabajo es aproximarse a los conocimientos, prácticas y valores financieros y sobre el sistema financiero predominantes entre la población española. Le agradecemos su colaboración y le informamos que la encuesta es anónima, toda la información que facilite es confidencial y no será compartida con terceros. Los resultados se presentarán agregados y serán utilizados con fines únicamente académicos.

### SELECCIÓN DEL ENCUESTADO

D1/ Sexo

D2/ Edad

D3/ Comunidad Autónoma

D4/ Tamaño del municipio

D5/ Nivel de estudios:

- Sin estudios
- Primarios
- Secundarios / FPI o equivalente
- Bachillerato / FP superior (o equivalente)
- Universitarios de grado o licenciatura
- Posgrado (doctorado / máster)

## INTERÉS EN ECONOMÍA Y FINANZAS

### Pregunta 6

Entre los asuntos siguientes que le proponemos, ¿podría citarnos los 3 que más interés le suscitan?

- Alimentación y consumo
- Ciencia y tecnología
- Economía y finanzas
- Cine y espectáculos
- Arte y cultura
- Deportes
- Medicina y salud
- Política
- Medio ambiente y ecología
- Crónica social
- Viajes y turismo
- Educación

### Pregunta 7

Y, sobre esos asuntos que son de su interés ¿Dónde busca usted información?

- Familiares o amigos
- Televisión
- Radio
- Prensa escrita generalista
- Prensa escrita especializada
- Prensa digital

- Blogs especializados
- Redes sociales
- Internet

### Pregunta 8

Valore en una escala de 0 a 10 su grado de interés en cuestiones de Economía y Finanzas, donde 0 significa que no está en absoluto interesado en esos temas y 10 que le interesan especialmente.

### Pregunta 9

Cuando piensa en Economía y finanzas, ¿cuál de los siguientes términos se aproxima más a lo que piensa? (ÚNICA RESPUESTA - CON TARJETA)

- Agradable
- Estimulante
- Interesante
- Indiferente
- Complejo
- Estresante
- Aburrido
- Deprimente
- Ninguno de ellos (espontáneo)

## VALORACIÓN DE CONOCIMIENTOS Y SERVICIOS DE INFORMACIÓN

### Pregunta 10

Si tuviera que calificar sus conocimientos sobre los siguientes términos en una escala de 0 a 10, dígame cuánto piensa que sabe sobre cada uno de ellos:

	0-10
IVA	
IPC	
Euribor	
Prima de riesgo	
Fondos de inversión	

### Pregunta 11

¿Con qué frecuencia actualiza sus conocimientos financieros?

- Nunca
- Casi nunca
- De vez en cuando
- Con regularidad
- Permanentemente

### Pregunta 12

¿Cree que debería existir un servicio para asesorar sobre economía y finanzas a la ciudadanía y que estuviera formado por personas sin vinculación a ninguna entidad financiera (bancos)?

(SÍ / NO)

### Pregunta 13

Si responde Sí a P12. ¿De quién debería depender ese servicio de información? (RESPUESTA ÚNICA)

- Ministerio de Educación
- Ministerio de Economía
- Banco de España o la CNMV
- De asociaciones de consumidores o usuarios
- Colegios profesionales
- Otros

### Pregunta 14

Si contesto si a P12

De los temas relacionados con Economía y Finanzas que le señalo a continuación, señale aquellos dos que debería tratar ese servicio de asesoramiento. (CON TARJETA - NOTA: limitar a una sola respuesta - ¿cuál le parece más importante, por ejemplo?)

- Cuestiones técnicas y terminología financiera
- Cuestiones sobre los productos y servicios financieros
- Cuestiones de actualidad financiera
- Cuestiones vinculadas con las apps y software que existen para relacionarnos con los bancos
- Cuestiones relacionadas con colectivos específicos de la población, como préstamos a emprendedores, ayudas al estudio, etc.

## Pregunta 15

Si una institución, ya sea pública o privada, decidiese crear un comité ciudadano para promover la formación de la población sobre las cuestiones que acabamos de comentar, ¿estaría dispuesto a participar? (SÍ/NO)

- En caso negativo, señale los motivos:
- Falta de conocimientos
- Falta de tiempo
- Falta de interés
- No confía en este tipo de iniciativas

## PRÁCTICAS A LA HORA DE TOMAR DECISIONES FINANCIERAS

### Pregunta 17

De manera general ¿piensa que se puede confiar en la mayoría de la gente o que es preciso ser muy cuidadoso cuando se relaciona con la gente? ¿Dónde se situaría usted si 0 significa que hay que ser muy cuidadoso y 10 que se puede confiar? (CON TARJETA)

Hay que ser muy cuidadoso	0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10	Se puede confiar
---------------------------	--	------------------

### Pregunta 18

A la hora de tomar decisiones financieras (contratar un plan de pensiones, un crédito, una hipoteca, etc.) dígame el grado de confianza que le inspiran a usted las recomendaciones de los siguientes grupos: (escala tipo muy alto, alto, medio, bajo muy bajo).

Se codifica de 1 a 5

	Muy poca	Poca	Ni confianza ni desconfianza	Suficiente	Mucha	Ns/nc
Familiares o amigos,						
Asesor financiero independiente						
Entidad financiera						
Asociación profesional						
Plataforma de consumidores						
Medios especializados						
Profesores de Economía						

### Pregunta 19

De las opciones que aparecen a continuación ¿Qué cree usted que sería más aconsejable acerca de una inversión en cuyo anuncio se ofreciese una rentabilidad muy alta y sin riesgo?

- La consideraría “demasiado buena para ser cierta” y no invertiría
- Invertiría con cautela para analizar cómo evoluciona
- Invertiría mucho dinero para maximizar la rentabilidad
- No está seguro

### Pregunta 20

¿Con cuál de las siguientes afirmaciones se siente más identificado? Intento ahorrar de una forma regular. (RESPUESTA ÚNICA)

- Solo ahorro para hacer frente a un gasto importante
- Mi nivel de ingresos no me permite ahorrar
- No necesito ahorrar

### Pregunta 21

De estas dos opciones, qué prefiere hacer con el dinero:

- Intentar conseguir una alta rentabilidad, aun a riesgo de perder el dinero.
- Adquirir un producto menos arriesgado, aun cuando la rentabilidad sea reducida/baja

### Preguntas 22 y 23

	22) Dígame si usted dispone de los siguientes productos financieros (¿UTILIZAR TARJETA?)		23) Y compruebe con frecuencia la situación de ... (LEER LOS PRODUCTOS FINANCIEROS QUE HAYA DICHO QUE TIENE)	
	SÍ	NO	SÍ	NO
Tarjeta crédito o débito				
Hipoteca				
Participación en fondos de inversión				
Acciones				
Plan de pensiones				
Bonos				
Seguro de vida				
Inversión en divisas				
Futuros y opciones				
Inversiones socialmente responsables y banca ética				
Criptomoneda				

### Pregunta 24

¿Y qué canales utiliza para informarse, para contratar o para comprobar sus productos financieros?

CANALES	Para obtener información	Para contratar producto	Para comprobar movimientos
En el banco (sucursal física)			
Por teléfono			
Correo electrónico			
Web del banco			
App del banco			
...			

### USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS FINANCIERAS

#### Pregunta 25

¿Realiza usted alguna compra a través de internet? – SÍ / NO

#### Pregunta 26

Si responde SÍ en P25. ¿Qué dispositivo utiliza para realizar esas compras por internet?

- Ordenador
- Tableta
- Móvil
- Otros

#### Pregunta 27

Si responde SÍ en P25. ¿Qué medio de pago utiliza?

- Transferencia bancaria
- Tarjeta (crédito / débito)



- PayPal
- Bizum
- Criptomonedas
- Otros

### Pregunta 28

Si responde SÍ en P25. Y en todos esos pagos, ¿qué es más importante para usted?

- La reputación del banco al que se vincula el medio de pago
- La reputación de la empresa a la que compro
- La seguridad de conexión que tenga la web en la que compro

### USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS FINANCIERAS

### Pregunta 29

En general, cuando opera a través de internet

- Suele abrir una sesión de incógnito en el navegador
- ccede a su cuenta solo desde sus propios dispositivos
- Mantiene sus claves de acceso guardadas en el navegador
- Accede desde redes abiertas

### Pregunta 30

Y, de los siguientes datos personales, ¿Cuáles estaría dispuesto a proporcionar a través de internet? (CUÁNDO COMPRA O REALIZA CUALQUIER OTRA ACTIVIDAD A TRAVÉS DE INTERNET)

	SÍ	NO
Fecha de nacimiento		
Teléfono móvil		
Número de cuenta bancaria o de tarjeta		
Datos de mi perfil en redes sociales		

### Pregunta 31

Ahora me gustaría que me dijera en qué medida considera usted que las nuevas tecnologías facilitan cada uno de los aspectos que le voy a señalar, donde 0 significa que no lo facilitan en absoluto y 10 que lo facilitan en gran medida. (TARJETA)

	1-7 0-10	Ns/nc
La realización de consultas por parte del ciudadano		
La realización de operaciones financieras por parte del ciudadano		
Seguridad de las operaciones		
Mantenimiento del empleo en el sector financiero		
La creación de nuevos productos financieros		
Acceso a información financiera más comprensible para el ciudadano		
Acceso a información financiera más fiable		
Acceso a fuentes de financiación alternativas (CROWDSOURCING: Explicar qué significa)		
La rapidez de los trámites entre entidades financieras y ciudadanos		
La comercialización de los datos personales de los clientes por parte de los bancos		

**CONOCIMIENTOS FINANCIEROS****Pregunta 32**

Tienes 100 euros en una cuenta de ahorro con una tasa de interés del 2% anual. ¿Después de 5 años cuánto crees que tendrás en la cuenta si has dejado el dinero en la cuenta para crecer?:

- Exactamente 102
- Más de 102
- Menos de 102
- NS/NC

**Pregunta 33**

Suponga que una cuenta bancaria proporciona un rendimiento neto del 2% anual. Con la inflación en el 2% anual, ¿cuánto cree que podrá comprar después de dos años?

- Más de lo que podría comprar hoy
- Menos
- Lo mismo
- NS/NC

**Pregunta 34**

Y, para terminar, dígame si son verdaderas o falsas cada una de las siguientes afirmaciones

	V	F	Ns/nc
Invertir en acciones normalmente es más seguro que invertir en fondos de inversión.			
Cuando se sabe con certeza que dentro de seis meses los tipos de interés van a subir, se debería contratar hoy una hipoteca con interés fijo.			
Los bonos y obligaciones emitidos por las empresas son más arriesgados que los depósitos bancarios.			
Invertir en diferentes productos financieros al mismo tiempo es una inversión correctamente diversificada.			
Las acciones son menos arriesgadas que la deuda pública.			

**DATOS DE CLASIFICACIÓN****D35/ Situación Laboral**

- Estudiante
- Parado
- Trabajador por cuenta propia
- Trabajador por cuenta ajena
- Jubilado
- Otra situación

D36/ Actualmente, entre todos los miembros del hogar (incluida la persona entrevistada) y por todos los conceptos, ¿de cuántos ingresos netos disponen por término medio al mes? No le pido que me indique una cantidad exacta, sino que me señale en esta tarjeta en qué tramo de la escala están comprendidos los ingresos de su hogar. (MOSTRAR TARJETA)

- No tienen ingresos de ningún tipo
- Menos o igual a 300 €
- De 301 a 600 €
- De 601 a 900
- De 901 a 1.200 €
- De 1.201 a 1.800 €
- De 1.801 a 2.400 €
- De 2.401 a 3.000 €
- De 3.001 a 4.500 €
- De 4.501 a 6.000 €
- Más de 6.000 €

D37/ Y ¿están todos los miembros del hogar exentos del impuesto de Patrimonio? SI/NO

D38/ Tamaño del hogar

¿Podría decirme el número de personas que viven en el hogar incluido Vd.?

----- personas

D39/ ¿Qué número de personas viven en el hogar de menos de 18 años o mayores de 65?

----- personas

# ANEXO III

-

## Criterios y procedimiento para la creación de los indicadores

Se han elaborado tres indicadores con el fin de recoger las diferentes dimensiones que componen la cultura financiera. Estos se han denominado conocimiento, actitud y práctica. Así mismo, se ha creado un cuarto indicador para reflejar la valoración que dan los individuos a su propio conocimiento sobre finanzas, que se ha denominado "Cree Saber". Tal y como se indica en el apartado 2 del presente estudio los indicadores se crean como media de las diversas preguntas del cuestionario que se relacionan con cada uno de los indicadores identificados por el equipo de investigación.

El criterio general que se ha seguido en el proceso de elaboración ha sido ajustar los valores de forma que alcancen el mismo mínimo y máximo posibles, de cero a diez respectivamente. Se pretende con ello que los análisis que se realicen y los resultados que se obtengan sean de interpretación sencilla. En las siguientes tablas se expone de manera esquemática el proceso seguido en la determinación del valor que tienen los individuos en cada indicador. En el esquema se recogen las preguntas utilizadas, la valoración asignada a cada respuesta, la ponderación de la respuesta (en caso de existir), el tratamiento dado a los valores y, finalmente, la medida del indicador.

Tabla IV.1. Indicador conocimiento

PREGUNTA	VALORACIÓN	TRATAMIENTO DE LOS VALORES	INDICADOR
<b>P32</b>	5 puntos si respuesta correcta, 0 en caso contrario	Suma de valores asignados. Valor mínimo 0, valor máximo 10 (Conocimiento básico)	CONOCIMIENTO: Media de los valores de conocimiento básico y avanzado. Valor mínimo 0, valor máximo 10
<b>P33</b>	5 puntos si respuesta correcta, 0 en caso contrario		
<b>P34</b>	2 puntos por cada respuesta correcta		
EJEMPLO: Para un encuestado que ha respondido de forma incorrecta a P32 (=0), correcta a P33 (=5) (= 5 en conocimiento básico) y correcta a 3 de las 5 opciones de P34 (=6 en conocimiento avanzado). Su valor en CONOCIMIENTO será de 5,5.			

Tabla IV.2. Indicador actitud

PREGUNTA	VALORACIÓN	TRATAMIENTO DE LOS VALORES	INDICADOR
<b>P6</b> (opción "Economía y Finanzas")	1 punto si ha señalado la opción, 0 en caso contrario	Suma de los siete valores anteriores. Valor mínimo 0, valor máximo 7.	ACTITUD: Conversión de la escala anterior para que los valores mínimo y máximo posibles sean 0 y 10 respectivamente.
<b>P8</b>	Valor asignado en P8 dividido 10 (varía entre 0 y 1)		
<b>P9</b>	1 punto si ha señalado la opción "Agradable", "Estimulante" o "Interesante", 0 en caso contrario		
<b>P11</b>	Según respuesta a P11: Nunca=0; Casi nunca= 0,25; De vez en cuando= 0,5; Con regularidad=0,75; Permanentemente=1.		
<b>P15</b>	1 punto si ha respondido sí, 0 en caso contrario		
<b>P18</b> (opción "Entidad financiera")	Según respuesta a esta opción en P18: Ninguna=0; Poca=0,25; Ni confianza ni desconfianza= 0,5; Bastante=0,75; Mucha=1.		
<b>P28</b>	0 puntos si ha señalado la opción "La reputación del banco al que se vincula el medio de pago", 1 en caso contrario		
EJEMPLO: Para un encuestado que señaló Economía y Finanzas en P6 (=1), dio un valor de 8 en P8 (=0,8), calificó las finanzas como "Complejo" en P9 (=0), señaló que se informaba "Con regularidad" de temas financieros en P11 (=0,75), respondió "Si" en P15 (=1), contestó "Ni confianza ni desconfianza" a las recomendaciones de Entidad financiera en P18 (=0,5) y en P28 no señaló "La reputación del banco al que se vincula el medio de pago" como lo más importante cuando compra a través de internet (=1). Valor en escala 0 a 7 = 5,05. Su valor en el indicador de ACTITUD será de 7,21.			

Tabla IV.3. Indicador práctica

PREGUNTA	VALORACIÓN	PONDERACIÓN	TRATAMIENTO DE LOS VALORES	INDICADOR
<b>P22</b>	1 punto si ha respondido sí, 0 en caso contrario a cada alternativa que ofrece la pregunta	0,25 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tarjeta de crédito o débito</li> <li>• Hipoteca</li> <li>• Plan de pensiones</li> <li>• Seguro de vida</li> </ul> 0,50 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fondos de inversión</li> <li>• Acciones</li> <li>• Bonos</li> </ul> 0,75 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inversión en divisas</li> <li>• Futuros y opciones</li> <li>• Inversiones soc. responsables y banca ética</li> <li>• Criptomonedas</li> </ul>	Suma ponderada de todas las opciones y conversión de la escala que podría resultar, con valores mínimos de 0 y máximos de 5,5 (si el individuo señalara si en todas las opciones) en escala con mínimo de 0 y máximo de 2,5 (= Componente 1)	
<b>P23</b>	(Nº de Sí en P23 / Nº de Sí en P22) * Componente 1 (=Componente 2)			
<b>P24</b>	1 punto si ha señalado la opción, 0 en caso contrario	0,25 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Banco (sucursal)</li> <li>• Teléfono</li> </ul> 0,50 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Correo electrónico</li> <li>• Web del banco</li> </ul> 0,75 <ul style="list-style-type: none"> <li>• App del banco</li> </ul>	Suma ponderada de todas las opciones y conversión de la escala que podría resultar, con valores mínimos de 0 y máximos de 2,25 (si el individuo señalara todas las opciones) en escala con mínimo de 0 y máximo de 2,5 (= Componente 3) (Práctica <i>fintech</i> -canal)	
<b>P27</b>	1 punto si ha señalado la opción, 0 en caso contrario	0,25 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transferencia bancaria</li> <li>• Tarjeta (crédito / débito)</li> </ul> 0,50 <ul style="list-style-type: none"> <li>• PayPal</li> <li>• Bizum</li> <li>• Criptomonedas</li> </ul>	Suma ponderada de todas las opciones y conversión de la escala que podría resultar, con valores mínimos de 0 y máximos de 2 (si el individuo señalara todas las opciones) en escala con mínimo de 0 y máximo de 2,5 (= Componente 4) (Práctica <i>fintech</i> -medio de pago)	PRÁCTICA: Suma de los cuatro componentes anteriores. Los valores mínimo y máximo posibles serán 0 y 10 respectivamente.
EJEMPLO: Para un encuestado que tiene (P22) Tarjeta de crédito o débito, Plan de pensiones, Inversión en divisas y Criptomonedas (=0,25*2 + 0,75*2=2→0,91 en Componente 1), comprueba (P23) 3 de esos 4 productos (= ¾*0,91 = 0,68 en componente 2), según P24 Acude a la sucursal para comprobar movimientos (=0,25*0,25), llama por teléfono para informarse (=0,25*0,25), utiliza el correo electrónico y la Web del banco para realizar las tres gestiones (=2*0,5*(2*0,25+0,5)) y la App del banco sólo para comprobar movimientos (=0,75*0,25)→1,31→1,46 en componente 3 y cuando compra a través de internet sólo paga (P27) con tarjeta de crédito (=0,25)→0,31 en Componente 4. Su valor en el indicador de PRACTICA es de 3,36				

Tabla IV.4. Indicador "Creer Saber"

PREGUNTA	TRATAMIENTO DE LOS VALORES	INDICADOR
<b>P10</b> (opción "IVA") <b>P10</b> (opción "IPC")	Valor medio de los dos ítems. Valor mínimo 0, valor máximo 10 (Cree saber básico)	CREE SABER: Media de los valores de " cree saber básico" y " cree saber avanzado". Valor mínimo 0, valor máximo 10
<b>P10</b> (opción "Euribor") <b>P10</b> (opción "Prima de riesgo") <b>P10</b> (opción "Fondos de inversión")	Valor medio de los tres ítems. Valor mínimo 0, valor máximo 10 (Cree saber avanzado)	
EJEMPLO: Para un encuestado que ha valorado sus conocimientos sobre "IVA" e "IPC" con un 7 y un 6 respectivamente (= 6,5 en cree saber básico) y ha dado valores en de 2 en "Euribor", 4 en "Prima de riesgo" y 7 en "Fondo de inversiones" (= 4,33 en cree saber avanzado). Su valor en CREE SABER será de 5,42.		

